

فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۶، شماره پیاپی ۲۱، بهار ۱۳۹۵

شاپای چاپی: ۶۷۳۵-۲۲۵۱ - شاپای الکترونیکی: ۷۰۵۱-۲۴۲۳

<http://jzpm.miau.ac.ir>

نقش کارآفرینی در توسعه مناطق روستایی با تأکید بر گردشگری (مورد: دهستان حصار ولیعصر - شهرستان آوج)

بهروز محمدی یگانه: دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

جمشید عینالی: استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

اعظم بیگدلی^۱: کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

دریافت: ۱۳۹۲/۱۲/۸ صص ۲۰۴-۱۹۳ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۱/۲۹

چکیده

صاحب نظران توسعه روستایی با در نظر گرفتن مزیت‌ها و اثرات مثبت فعالیت‌های گردشگری در ایجاد درآمد و فرصت‌های شغلی، از آن به عنوان یک گزینه جدید در ایجاد ارزش افزوده تجاری، عاملی برای ایجاد ارتباط بین بخش‌های اقتصادی این مناطق و در نهایت ابزاری برای متنوع سازی اقتصادی و توسعه جوامع محلی یاد می‌کنند. در همین راستا، هدف تحقیق حاضر بررسی نقش گردشگری روستایی در ایجاد زمینه‌های کارآفرینی در دهستان حصار ولیعصر - شهرستان آوج است. نوع تحقیق کاربردی، روش تحقیق تحلیلی - توصیفی مبتنی بر گردآوری داده‌ها از طریق پرسشنامه است. جامعه آماری تحقیق شامل ۴ روستای کامشکان، اسماعیل‌آباد، چنگوره و مشهد است که تعداد خانه‌های دوم گردشگری در آنها بیش از ۵۰ درصد مسکن موجود می‌باشد. حجم نمونه ۱۱۲ سرپرست خانوار انتخاب شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آزمون‌های آماری از قبیل t تک نمونه‌ای و فریدمن (برای تحلیل میانگین عددی و رتبه‌ای و کای دو) و کروسکال والیس (برای بررسی میانگین رتبه‌ای در بین روستاهای نمونه) بهره گرفته شده است. تحلیل کمی نتایج داده‌های پرسشنامه‌ای با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که معناداری تفاوت میانگین عددی از مطلوبیت عددی مورد آزمون (که میانگین طیف لیکرت=۳) در نظر گرفته شده است، در همه شاخص‌ها در سطح ۹۹ درصد معنادار بوده و تفاوت همه شاخص‌های بررسی شده از حد مطلوب به شکل مثبت می‌باشد که این امر، بیانگر این نکته است که توسعه گردشگری در روستاهای مورد مطالعه، توانسته است نقش مهمی در بهبود شرایط کارآفرینی در بین ساکنین محلی ایجاد کند. همچنین نتایج مطالعه نشان می‌دهد که گردشگری توانسته است منجر به بهبود کارآفرینی در بین پاسخگویان ساکن در روستاهای نمونه شود و از طرفی دیگر، تفاوت زیادی در بین روستاهای مقصد گردشگران خانه‌های دوم بدلیل اثربخشی این فعالیت‌ها در همه روستاها در شاخص‌های کارآفرینی مشاهده نشده است.

واژه‌های کلیدی: گردشگری روستایی، توسعه کارآفرینی، خانه‌های دوم، آوج.

^۱ نویسنده مسئول: bigdeli2211@gmail.com، ۰۹۱۲۷۴۱۶۱۱۵

بیان مسأله:

مناطق روستایی در حاشیه مانده در کشورهای درحال توسعه برای بقای خود با محدودیت متعددی بویژه در توسعه اقتصادی مواجه‌اند؛ زیرا که، اشتغال و درآمدهای حاصل از فعالیت‌های کشاورزی به تنهایی توانایی نگهداشت جمعیت در حال رشد آنها را نداشته و همین امر منجر به آسیب‌پذیری و شکننده بودن شرایط اقتصادی، کیفیت پایین سطح زندگی، نارسایی‌های زیرساختی - خدماتی و نظایر آن می‌شود. به همین دلیل بایستی گزینه‌های جدیدی با استفاده از منابع محلی و ظرفیت‌های موجود این مناطق مورد توجه قرار گیرد (Zamora, 2011: 115). از طرفی دیگر، بیشتر محققان توسعه روستایی معتقدند که راهبردهای گذشته توسعه بدلیل دارا بودن تعصب شهری و تکنوکراتیک خود نتوانسته‌اند نقش مؤثری در توزیع منافع حاصل از رشد و توسعه در مناطق روستایی داشته باشند؛ که همین مسئله به به بروز و تشدید چالش‌های توسعه نیافتگی مناطق روستایی دامن زده است. بروز این گونه مسائل و عدم توانایی رویکردهای گذشته باعث شده که برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیران با اتخاذ رویکردهای جدید در صدد ارائه راهکارهایی مؤثر در فرآیند توسعه روستایی به عنوان یکی از راهبردهای توسعه منطقه‌ای از معضلات و مسائلی که این نواحی گریبانگیر آن هستند، بکاهند (Mihalič, 2002:81-84).

به طور کلی مشکلات و معضلات مناطق روستایی در نقاط مختلف جهان ناشی از دو مسأله اساسی است (Islam and Carlsen, 2012:2): الف) یکی کمبود امکانات اجتماعی و ضعف زیرساختی (خدمات بهداشتی، آموزشی، بیمه و تأمین اجتماعی، خطوط ارتباطی، حمل و نقل و مخابرات، امنیت، آب آشامیدنی، سوخت، برق و نظایر آن)؛ و ب) ضعف پایه‌های اقتصادی (نارسایی خدمات تولیدی، بازار، کمبود فرصت‌های درآمد و اشتغال، پایین بودن بهره‌وری عوامل تولید و نظایر آن). بنابراین، ترسیم بخش بزرگی از ایجاد یک آینده موفق، مستلزم غلبه بر موانع فوق با بهره‌گیری از استعدادها و ظرفیت‌های محلی است. زیرا که تأکید بر توسعه موفقیت‌آمیز اقتصاد روستایی از طریق «پرورش روحیه کارآفرینی و حفظ سرمایه‌های فکری و مادی جامعه محلی» ضمن تسریع «رشد متعادل» و توسعه همکاری و هماهنگی در سطح منطقه‌ای در بین سازمان‌های دست اندرکار (Ibid, 2012) به می‌تواند به تسریع روند توسعه روستایی و بهبود فرصت‌های شغلی و به تبع آن درآمد کشاورزان و سایر شاغلان منجر شود و به دستیابی به کیفیت زندگی بهتر، محیط زیست و اقتصاد سالم کمک کند (رضوانی، ۱۳۸۷: ۱۶۳). از این‌رو، برای غلبه بر مسائل اقتصادی - اجتماعی پیش‌روی جوامع روستایی در چند دهه اخیر رویکرد کارآفرینی به عنوان یکی از راهبردهای مهم توسعه روستایی مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گرفته است که بیشتر محققان از آن به عنوان موتور رشد و توسعه اقتصادی و ابزاری برای متحول‌سازی و پویایی اقتصادی محلی یاد می‌کنند (Lordkipanidze, 2002:V; Chemin, 2008: 114). منطقه مورد مطالعه این تحقیق مناطق روستایی مقصد گردشگری در دهستان حصار ولیعصر از توابع شهرستان بوئین‌زهرا در جنوب غربی استان قزوین است که بدلیل توسعه ساخت و ساز ویلاهای گردشگری در یک دهه اخیر به عنوان منطقه مورد مطالعه انتخاب شده است. لذا تحقیق حاضر سعی می‌کند به این سؤالات پاسخ دهد که:

۱- آیا توسعه گردشگری، توسعه کارآفرینی در روستاهای مورد مطالعه را به همراه داشته است؟

۲- بیشترین اثرات توسعه گردشگری در کدام یک از ابعاد کارآفرینی می‌باشد؟

مبانی نظری:

صاحب نظران توسعه روستایی با درنظر 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 (قربانی، ۱۳۹۳: ۱۰۴). 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 مهمی ایفا می‌کند (Liu, 2006: 878, Pivcevic, 2005: 3). توریسم 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 متنوع‌سازی اقتصادی و در نهایت توسعه جوامع محلی کمک کند (Figueiredo and Raschi, 2013:1). از این‌رو، توریسم روستایی به عنوان یک فعالیت جایگزین برای دو دلیل مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گرفته است

(Drăgulănescu and Druțu, 2012:196): الف) توانایی توریسم در کمک به حل مسائل 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 دوی این اهداف به ساکنین روستایی برای ماندگاری در روستا کمک می‌کند (سراسکانرود، ۱۳۹۰: ۹۴).

علاوه بر این، بررسی ادبیات مرتبط با گردشگری روستایی نشان دهنده تأثیرگذاری این فعالیت‌ها به عنوان یک بخش اقتصادی کارآفرین است که می‌تواند محرک توسعه اجتماعی-اقتصادی بخش روستایی به شمار آید (دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱). به طوری که، توسعه گردشگری روستایی اقدامی مناسب در راستای حمایت و تحریک کارآفرینی از طریق بهره‌برداری از پتانسیل‌های محلی و سرمایه روستایی به جای تأمین آنها در فرآیند توسعه درونزا مطرح می‌شود (Gülümser et al, 2012:4). به عبارت دیگر، کارآفرینی مبتنی بر استفاده از منابع طبیعی بویژه توریسم ابزاری برای حل و فصل مسائل و چالش‌های داخلی جوامع روستایی بوده و راهی برای حفاظت از سرمایه‌های روستایی و همچنین نیروی محرکه مهمی در انباشت سرمایه روستایی به شمار می‌آید (Meccheri and Pelloni, 2006). زیرا فعالیت‌های مرتبط با گردشگری در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصاد روستایی توانایی بالایی در تنوع بخشی به اقتصاد روستایی و افزایش جذب سرمایه‌های کوچک دارد، که بر اساس تجارب کشورهای در حال توسعه، پیامد آن در مناطق روستایی دارای جاذبه‌های گردشگری را در قالب توسعه فعالیت‌های زیرساختی توسط دولت و به تبع آن شتاب بخشیدن به توسعه اشتغال و درآمد جایگزین و ارتقای سطح رفا و استانداردهای زندگی می‌باشد (Dinis, 2011:1) و با تقویت فرهنگ و هویت محلی، تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصادی در زمینه‌های کشاورزی، صنعت و خدمات روستایی به حفظ جمعیت روستایی با کم‌ترین آسیب‌رسانی به محیط کمک می‌کند (Lordkipanidze, 2002: 50). از این‌رو در بسیاری از کشورها گردشگری را به عنوان موتور رشد اقتصادی و توسعه می‌دانند (Sharpley and Vassb, 2006: 1040). در واقع، توسعه کارآفرینی تنها استراتژی موفق جهت تحقق توسعه اقتصادی روستایی نیست، اما نسبت به سایر راهبردها و استراتژی‌ها دلیل استفاده از فرصت‌های موجود مناسب‌تر می‌باشد.

تجارب کشورهای توسعه‌یافته نشان می‌دهد که کارآفرینان با ارایه روش‌ها و نوآوری‌ها و همچنین خلاقیت خود توانسته‌اند حرکت عظیمی به طور کمی و کیفی در شتاب اقتصادی آنها ایجاد کنند، زیرا این گروه با شناسایی و ایجاد فرصت‌ها که بیانگر موقعیتی مطلوب در آیند و قابل دسترس است (Barringer and Ireland, 2006) و یا فرصت به عنوان نیاز بازار که به طور کامل تعریف نشده و یا منابع و ظرفیت‌هایی که در ایجاد اشتغال به طور کامل مورد شناسایی قرار نگرفته است می‌باشد (Koen et al, 2005:1). فرآیند کارآفرینی، شامل تشخیص بازار، ارزیابی فرصت‌ها، تصمیم برای بهره‌برداری از فرصت‌ها، تلاش برای کیب منابع به منظور ایجاد ترکیبات جدید و توسعه راهبردی برای کسب و کار جدید می‌باشد که بر عوامل سطح فردی، نهادی تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر در این فرآیند در ابتدا شناخت فرصت‌ها اهمیت اساسی دارد (Shane and Venkataraman, 2003). از دیدگاه استونر و همکاران (۱۳۸۷: ۲۶۱) کارآفرینی سه اهمیت عمده در توسعه دارد:

۱- افزایش رشد اقتصادی

۲- افزایش بهره‌وری عوامل تولید و ایجاد فناوری، کالاها، ایده‌ها و خدمات جدید

۳- تقویت قدرت رقابتی در بازار

کارآفرینی و توسعه پایدار روستایی:

کارآفرینی در تعریف ساده خود به عنوان تعداد مشاغل جدیدی که در یک دوره زمانی معین شکل می‌گیرد، بیان می‌شود (Smith, 2010:1). شومپیتر در مقاله «تئوری رشد اقتصادی» کارآفرینی را به عنوان محرک رشد اقتصادی می‌داند. زیرا وی معتقد است که این فرآیند از طریق تسهیل استفاده از ابزارهای تولید در یک جامعه به طوری که در ترکیبات جدیدتر و کارآمدتر استفاده شود، مؤثر می‌باشد (Schumpeter, 1934: 74). بنابراین وی معتقد است که کارآفرینی، عمدتاً دانش محور نبوده و به طور کامل از رفتار اقتصادی منطقی مردم جدا است (Schumpeter, 1934: 79-81) به نقل از Smith,

1:2010). آدرتسچ و کیلباخ در مقاله «کارآفرینی و رشد منطقه‌ای» معتقدند که بین دانش و رشد اقتصادی رابطه مستقیمی وجود دارد. از دیدگاه این دو، تبدیل دانش عمومی به دانش اقتصادی از طریق تلاش کارآفرینان با کشف راه‌های جدید و سودآور کردن فعالیت‌ها صورت می‌گیرد (Audretsch and Keilbach, 2004:606-607). رابرت بدنارزیک در مقاله‌ای با عنوان «نقش کارآفرینی در ایجاد اشتغال در ایالات متحده و اروپا» عوامل تأثیرگذار در کارآفرینی روستایی را به شرح زیر برشمرده است (Bednarzick, 2000: 14) به نقل از (Smith, 2010:2): ۱- فرصت‌های کارآفرینی موجود، ۲- ویژگی‌های جمعیتی، ۳- سطح آموزش، ۴- ظرفیت کارآفرینی، ۵- زیرساخت‌های عمومی، ۶- زمینه‌های فرهنگی-اجتماعی، ۷- سرمایه و اعتبارات بانکی و بازارهای عمومی. مطالعه (Hubbard, 2008:597) با عنوان «توسعه غیر مخرب: کارآفرینی و نقش آن در مدیریت رشد» به این نکته اشاره می‌کند که سطح بالای رشد اقتصادی تنها از طریق افزایش نیروی کار، سرمایه و سطح فناوری بدست نمی‌آید، بلکه وجود روحیه و انگیزه کارآفرینی و مدیریت نیز اهمیت دارند. بنابراین، همان طور که، موارد فوق‌الذکر نیز اشاره کرده‌اند، کارآفرینی به عنوان موتور اولیه رشد و توسعه اقتصادی شناخته شده است و بدون توجه به آن سایر عوامل توسعه کارآفرینی خود را از دست خواهند داد. زیرا که کارآفرینی رشد اقتصادی را از طریق نشر دانش و افزایش رقابت بین کارآفرینان تحریک می‌کند (Carree and Thurik, 2005).

از دیدگاه ورتمن^۱ کارآفرینی روستایی عمدتاً می‌تواند به عنوان یک سازمان جدید که یک محصول جدید و تولید جدید، به خدمت گرفتن یا ایجاد یک بازار جدید، یا بهره‌گیری از یک تکنولوژی جدید در محیط روستا معرفی می‌کند، تعریف نمود (Ahmad et al, 2012:2). در این مورد، کارآفرین روستایی کسی است که در مناطق روستایی زندگی کرده و در ایجاد ثروت‌های محلی کمک و مشارکت دارد. کارآفرینان روستایی می‌توانند تمرکز خود را بر روی فعالیت‌هایی از کشاورزی و گردشگری که با استفاده از منابع طبیعی مرتبط هستند، قرار دهند (Moreira and Martins, 2009) و یا بر اساس نظر (Hoy, 1983) یک تصویر عمومی از کارآفرین روستایی این است که وی شخصی است "... مستقل، ریسک‌پذیر، هدف‌گرا، دارای اعتماد به نفس بالا، خوش بین، سخت کوش و نوآور". به عبارت دیگر، در فرآیند کارآفرینی در یک محیط روستایی، تمرکز بر روی ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در مناطق روستایی، از طریق ایجاد نسل جدیدی از سرمایه‌گذاری‌ها صورت می‌گیرد که سه مرحله زیر را دارد (Psaltopoulos et al, 2005) ۱- توسعه مفهومی، ۲- آگاهی کارآفرینان از فرصت‌های موجود و ۳- فاز عملیاتی واقعی راه‌اندازی کسب و کار.

بررسی تعاریف فوق نشان می‌دهد که کارآفرینان روستایی کسانی هستند که توانایی انطباق با هر گونه تغییر محیط و جو اجتماعی-اقتصادی را داشته (Ahmad et al, 2012:3) و تلاش می‌کنند تا با استفاده از تولیدات روستایی به عنوان مواد اولیه و استخدام افراد روستایی در این فرآیند تولید تضمین‌کننده ارزش افزوده منابع روستایی بوده و توسعه درونزای این مناطق از طریق سهیم شدن منابع انسانی تا حد زیادی تسهیل کند (Nandanwar, 2011:1). به طوری که، از دیدگاه اغلب محققان کارآفرینی عاملی برای ایجاد تغییرات اجتماعی-سیاسی است (Panagiota and Nastis, 2011:114). زیرا که به عقیده (Chouinard and Forgues, 2002) کارآفرینی ممکن است در یک زنجیره، از «کارآفرینی خصوصی که ارضا اولین و مهم‌ترین نیازهای مالکین و صاحبان مشاغل، به کارآفرینی جمعی اختراع در جهت خدمت به ارتباط از کارگران و منافع جامعه» رخ می‌دهد. از این‌رو، اصول اساسی کارآفرینی روستایی عبارتست از (Nandanwar, 2011:12):

- استفاده بهینه از منابع محلی در سرمایه‌گذاری، ترکیب فعالیت‌های صنعتی و بهره‌برداری از محیط، توزیع بهتر محصولات کشاورزی و در نتیجه رفاه روستایی

- کاهش تبعیض و فراهم کردن شغل جایگزین در مقابل مهاجرت از روستا، که برای فعال‌سازی چنین سیستمی بایستی 6M از قبیل نیروی انسانی، پول، مواد، ماشین‌آلات، مدیریت و بازار برای جمعیت روستایی^۲ وجود داشته باشد.

1. Wortman

2. '6 m'- manpower, money, material, machinery, management and market to the rural population

ارتباط بین کارآفرینی و توسعه پایدار روستایی با در نظر گرفتن کارآفرینی به عنوان قابلیت با اثر مثبت بر روی جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، و محیطی آن است. به طوری که، رابطه بین کارآفرینی و توسعه پایدار روستایی به ارتباط بین کسب و کار و محیط آن بستگی دارد، که خود می‌تواند به عنوان یک رابطه دوسویه عمل کند (Hertin, 2001). در این فرآیند، از یک سو فرصت‌های بازار و سیاست‌های پشتیبان توسعه پایدار از طریق شکلهی و توسعه کسب و کارهای جدید می‌توانند راه‌های جدیدی برای تأمین محصولات و خدماتی به استفاده بهینه منابع توجه دارند، را معرفی کنند که خود زمینه را برای ایجاد مؤسسات و فعالیت‌های اقتصادی دوستدار محیط فراهم می‌کند؛ و از سوی دیگر، کسب و کارهای جدید ممکن است به افزایش ریسک‌های زیست محیطی بیانجامد که این مسئله را می‌توان در قالب فشارهای محیطی مانند مقررات ایمنی، اخلاقی، اجتماعی و ... بررسی نمود که می‌تواند روند ایجاد کسب و کارهای جدید را تحت تأثیر قرار دهد.

روش تحقیق:

تحقیق حاضر از نوع کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-تحلیلی می‌باشد. برای گردآوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه) استفاده شده است. بررسی روایی گویه‌های پرسشنامه از نظرات متخصصان برنامه ریزی روستایی استفاده شده و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ به میزان ۰/۷۶ محاسبه گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، بعد از گروه‌بندی و خلاصه سازی آنها از آزمون‌های آماری نظیر t تک نمونه‌ای و فریدمن (برای تحلیل میانگین عددی و رتبه‌ای و کای دو) و از آزمون ناپارامتری کروسکال والیس^۱ (برای بررسی میانگین رتبه‌ای در بین روستاهای نمونه) استفاده شده است. (جدول ۱).

جدول ۱- شاخص‌ها و گویه‌های تحقیق

مولفه	گویه‌ها
تنوع بخشی به اشتغال محلی	بهبود وضعیت شغلی، ایجاد شغل مکمل و پاره وقت، ارائه خدمات مورد نیاز گردشگران، بهبود صنایع دستی، اشتغال در ویلاها و باغات گردشگران، اشتغال در فعالیتهای غیرزراعی، اشتغال در امور ساخت و ساز، نگرانی از تاسیسات و خانه‌های دوم، خدمات جایجایی گردشگران و ...
تنوع بخشی به منابع درآمد خانوار	فروش بیواسطه محصولات کشاورزی و دامی به گردشگران، دسترسی به بازار، تهیه و فروش نهاده‌ها و محصولات کشاورزی، بازگشت سرمایه‌ها و سرمایه‌گذاری در فعالیتهای جدید، پس‌انداز خانوار، تهیه و فروش داروهای گیاهی خودرو، کسب درآمد از فعالیتهای خدماتی، کسب درآمد از اجاره دادن مسکن
مدیریت منابع	حفظ محیط زیست، گردشگری مزرعه و باغات، شناسایی منابع جدید گردشگری، مشارکت در تصمیم گیری های عمومی، همکاری بین اهالی، سرمایه گذاری در خدمات گردشگری و ...
ریسک پذیری	وارد شدن در فعالیتهای جدید، ریسک پذیری در سرمایه‌گذاری، پشتکار در فعالیتهای، روحیه بلند پروازی، دسترسی به اطلاعات جدید، تبعیت از ایده های جدید، باور به توانایی فردی
خلاقیت و آینده‌نگری	برنامه‌ریزی برای بهتر ساختن فعالیت، انگیزه برای موفقیت، بهبود آینده شغلی خود و فرزندان، خود اشتغالی، استفاده از فرصتهای جدید، تلاش برای موفقیت

جامعه نمونه این تحقیق دربرگیرنده چهار روستای دارای خانه‌های دوم گردشگری روستایی است که عمدتاً در بخش جنوبی دهستان حصار ولیعصر از توابع شهرستان بوئین‌زهرا و در منطقه کوهستانی موسوم به کوه‌های خرقان در جنوب غربی استان قزوین قرار دارند. بنابراین، از بین روستاهای گردشگری پذیر در دهستان مذکور، چهار روستای عمده که دارای رشد جمعیت بالای یک درصد بوده و سرمایه‌گذاری متعددی در ساخت و مالکیت خانه‌های دوم گردشگری بوده به عنوان روستاهای

^۱- این آزمون، متناظر غیر پارامتری آزمون F است و همانند آزمون F برای مقایسه میانگین‌های بیش از ۲ نمونه رتبه‌ای (و یا فاصله‌ای) کاربرد دارد. به عبارت دیگر، در مواردی که متغیرها از نوع رتبه‌ای باشند از آزمون کروسکال والیس به جای F استفاده می‌شود و محدودیت‌های کمتری نسبت به آزمون F دارد. فرضیات در این آزمون بدون جهت است یعنی فقط تفاوت را نشان می‌دهد و جهت بزرگتر یا کوچکتر بودن گروهها را از نظر میانگین‌ها نشان نمی‌دهد. فرمول این آزمون عبارتست از (منصورفر، ۱۳۹۱: ۳۷):

$$\chi^2_{k,w} = H = \frac{12}{N(N+1)} \sum_{i=1}^k \frac{R_i^2}{n_i} - 3(N+1)$$

مورد مطالعه انتخاب گردید و از بین ۴۰۴ خانوار ساکن در این روستا محققان تنها موفق با جلب نظر مساعد و همکاری ۱۱۲ سرپرست خانوار شدند که دربرگیرنده کمی بیش از ۲۵ درصد حجم جامعه آماری می‌باشد.

یافته‌های توصیفی:

نتایج حاصل از یافته‌های توصیفی (جدول شماره ۲) نشان می‌دهد که از بین پاسخگویان در گروه سنی ۴۰-۳۰ سال با (۷۱ درصد) و به لحاظ سطح سواد، مقطع راهنمایی با (۴۰ درصد) بیشترین تعداد را دارا هستند. شغل اصلی (۷۶ درصد) کشاورزی بوده و سابقه سکونت در روستا در بین (۶۱ درصد) از پاسخگویان بیش از ۲۰ سال می‌باشد.

جدول ۲- یافته‌های توصیفی تحقیق

مؤلفه	بیشترین پاسخگو	درصد
سن	۴۰ تا ۵۰ سال	۷۱,۳
سطح سواد	راهنمایی	۴۰
شغل اصلی	کشاورز	۷۶
سابقه سکونت	۲۵ تا ۲۰ سال	۶۰,۷

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲.

نگاهی به داده‌های جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که، نرخ رشد جمعیت در فاصله دو سرشماری اخیر در همه روستاهای مورد مطالعه مثبت می‌باشد. به طوری که روستای چنگوره با نرخ رشد ۴۵ درصدی بالاترین جمعیت‌پذیری و روستای اسماعیل آباد با رشد یک درصدی کمترین تغییر را نشان می‌دهد. علاوه بر این تعداد خانوار ساکن در این روستاها ۱۸۵ مورد نسبت به ۳,۱ نفر در سال ۱۳۸۵ به ۲,۵ نفر کاهش یافته است که دلیل عمده آن از دیدگاه ساکنین در بازگشت افراد بازنشسته با خانواده‌های هسته‌ای به روستا می‌باشد.

جدول ۳- جمعیت روستاهای نمونه در فاصله ۱۳۸۵-۱۳۹۰

نرخ رشد جمعیت (درصد)**	روند تغییرات جمعیت**	روند تغییرات خانوار**	جمعیت ساکن در روستاهای نمونه				روستای نمونه
			۱۳۹۰*		۱۳۸۵*		
			جمعیت	خانوار	جمعیت	خانوار	
۱,۱۱	۹	۲۷	۱۶۷	۷۱	۱۵۸	۴۴	اسماعیل آباد
۴۵,۱۶	۲۹۴	۱۲۳	۳۴۸	۱۴۱	۵۴	۱۸	چنگوره
۳۱,۴۹	۲۵۲	۱۰۰	۳۳۸	۱۳۱	۸۶	۳۱	کامشکان
۱۹,۳۶	۱۰۱	۳۵	۱۷۲	۶۱	۷۱	۲۶	مشهد
-	۶۵۶	۲۸۵	۱۰۲۵	۴۰۴	۳۶۹	۱۱۹	جمع
			۲,۵۴		۳,۱		بعد خانوار

منبع: مرکز آمار ایران سالهای ۱۳۸۵ و ۱۳۹۰ و ** محاسبه حاصل از یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲.

یافته‌های تحلیلی تحقیق:

برای بررسی نقش مؤلفه‌های مورد مطالعه در خصوص کارآفرینی در گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن در منطقه مورد مطالعه که از داده‌های پرسشنامه‌ای بدست آمده است، از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده است. همان طور که نتایج تحلیل در جدول شماره ۴ نشان می‌دهد، با احتساب دامنه طیفی میانگین مؤلفه‌ها که بین ۱ تا ۵ براساس طیف لیکرت در نوسان است، معناداری تفاوت میانگین عددی از مطلوبیت عددی مورد آزمون (که میانگین طیف لیکرت = ۳) در نظر گرفته شده است، در همه شاخص‌ها در سطح ۹۹ درصد معنادار گزارش شده است. به عبارت دیگر، تفاوت از حد مطلوب و همچنین فاصله اطمینان در سطح ۹۵ درصد در همه شاخص‌های مورد بررسی به شکل مثبت برآورد شده است. بنابراین می‌توان به این نکته اذعان نمود که، توسعه گردشگری در روستاهای مورد مطالعه، توانسته است نقش مهمی در بهبود شرایط کارآفرینی در بین ساکنین محلی ایجاد کند. البته لازم به ذکر است که از بین مؤلفه‌های مورد مطالعه، شاخص تنوع بخشی به منابع

درآمدی خانوار در محدوده روستا (بدلیل این که مالکیت خانه‌های دوم گردشگری عمدتاً در اختیار مهاجرین سال‌های قبل است و آنها بدلیل غیبت طولانی از روستا نیاز به نیروی کار برای نگهداری از تأسیسات و مسکن، رسیدگی به باغات و ... دارند، عمدتاً از نیروی کار موجود در روستا استفاده می‌کنند که این امر به عنوان یک منبع درآمدی جدید برای ساکنین دائمی روستا می‌باشد) دارای بیشترین مقدار میانگین عددی و شاخص مدیریت منابع گردشگری در محدوده روستا (حفاظت از پوشش گیاهی، تغییرات کاربری در دامنه‌ها و باغات به کاربری‌های مسکونی و خدماتی، ایجاد آلودگی در منابع آب و خاک، مشارکت در تصمیم‌گیری‌های مرتبط با امور عمومی روستا و ...) دارای کمترین میزان میانگین عددی از دیدگاه پاسخگویان بوده است.

جدول ۴- معناداری تفاوت از حد مطلوب مولفه‌های کارآفرینی در زمینه گردشگری

مطلوبیت عددی مورد آزمون = ۳							
مولفه‌های مورد مطالعه	میانگین	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت از حد مطلوب	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
						پایین تر	بالا تر
تنوع بخشی به منابع درآمدی	۳,۹۵۶۹	۳۸,۶۶۴	۱۱۱	۰,۰۰۰	۰,۹۵۶۹	۰,۹۰۷۳	۱,۰۰۷
مدیریت منابع گردشگری	۳,۳۷۴۴	۱۲,۰۰۹	۱۱۱	۰,۰۰۰	۰,۳۷۴۴	۰,۳۱۲۰	۰,۴۳۶۸
ریسک پذیری در فعالیت‌ها	۳,۴۷۵۱	۲۰,۵۴۵	۱۱۱	۰,۰۰۰	۰,۴۷۵۱	۰,۴۲۸۸	۰,۵۲۱۴
خلاقیت و آینده نگری	۳,۶۱۰۴	۳۵,۴۰۳	۱۱۱	۰,۰۰۰	۰,۶۱۰۴	۰,۵۷۵۹	۰,۶۴۵۰
بهبود وضعیت شغلی در روستا	۳,۶۱۳۴	۳۳,۲۶۴	۱۱۱	۰,۰۰۰	۰,۶۱۳۴	۰,۵۷۶۵	۰,۶۵۰۳

منبع: یافته‌های تحلیلی تحقیق، ۱۳۹۲.

علاوه بر این، تحلیل نتایج جدول شماره ۵ نشان می‌دهد که بر اساس آزمون فریدمن بین میانگین مؤلفه‌های کارآفرینی در مورد بررسی در منطقه مورد مطالعه تفاوت کاملاً معناداری در سطح آلفا ۹۹ درصد وجود دارد. به طوری که بررسی میانگین رتبه‌های مؤلفه‌های پنجگانه تحقیق بیانگر این است که شاخص تنوع بخشی به منابع درآمدی خانوار در محدوده روستا دارای بالاترین و شاخص مدیریت منابع گردشگری در روستا، کمترین میزان میانگین رتبه‌ای را از دیدگاه پاسخگویان دارا می‌باشند. از طرفی دیگر، بالا بودن میزان ضریب کای دو بیانگر وجود تفاوت کاملاً معناداری را در سطح ۰/۰۰۱ در میانگین رتبه‌ای در بین شاخص‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۵- معناداری تفاوت میانگین رتبه‌های مؤلفه‌های کارآفرینی از طریق گردشگری

مؤلفه‌های مورد مطالعه	تعداد	میانگین عددی	میانگین رتبه‌ای
تنوع بخشی به منابع درآمدی خانوار	۱۱۲	۳,۹۵۶۹	۴,۹۵
مدیریت منابع گردشگری	۱۱۲	۳,۳۷۴۴	۱,۷۸
ریسک پذیری در فعالیت‌ها	۱۱۲	۳,۴۷۵۱	۲,۰۲
خلاقیت و آینده نگری	۱۱۲	۳,۶۱۰۴	۳,۱۳
بهبود وضعیت شغلی فردی و خانوادگی	۱۱۲	۳,۶۱۳۴	۳,۱۴
کای دو		۱۴۶,۰۱۴	
درجه آزادی		۴	
سطح معناداری		۰,۰۰۰	

منبع: یافته‌های تحلیلی تحقیق، ۱۳۹۲.

همان طوری که نتایج تحلیل‌های انجام شده نشان دهنده نقش مثبت گردشگری روستایی در بهبود مؤلفه‌های کارآفرینی در منطقه مورد مطالعه بوده است. در این بخش از تحقیق سعی بر این است تا چهار روستای مورد مطالعه که عمدتاً به عنوان میزبان گردشگران و سرمایه‌گذاری متعدد آنها در زمینه مالکیت خانه‌های دوم در یک دهه اخیر و بویژه با شروع فرآیند

بازسازی مناطق آسیب دیده از سانحه زلزله اول تیر ۱۳۸۱ قرار گرفته است. به طوری که، بازگشت مهاجران سال های قبل و ساخت و مالکیت خانه های دوم گردشگری در روستاهای زادگاه خود منجر به فراهم شدن زمینه برای توسعه ویلاسازی شده است که بدلیل نیاز به نیروی کار زیاد و تخصص های متعدد، اشتغال بسیار بالایی برای ساکنین محلی و روستاهای مجاور عمدتاً در همه فصول شده است. بنابراین، با استفاده از آزمون کروسکال والیس سعی شده است تا تفاوت موجود در میانگین برخورداری از مؤلفه های کارآفرینی در بین روستاهای مورد مطالعه که همگی در زمره روستاهای مقصد گردشگری خانه های دوم است مورد ارزیابی قرار گیرد.

نتایج جدول شماره ۶ نشان می دهد که در شاخص های تنوع بخشی به منابع درآمدی خانوار در محدوده روستا، ریسک پذیری در فعالیت ها و راه اندازی مشاغل جدید و بهبود وضعیت شغلی فردی و خانوادگی روستای کامشکان در رتبه بالاتری نسبت به روستاهای دیگر قرار گرفته است. در شاخص مدیریت منابع گردشگری روستای اسماعیل آباد و در شاخص خلاقیت و آینده نگری روستای چنگوره در رتبه بالاتری نسبت به سایر روستاهای مورد مطالعه قرار گرفته اند. از طرفی دیگر، بدلیل این که همه روستاهای بررسی شده دارای فعالیت های متعدد تأثیر پذیرفته از گردشگری روستایی بوده اند، تفاوت میانگین مؤلفه های کارآفرینی در بین آنها معنادار گزارش نشده است و میزان تفاوت در بین این روستاها بسیار اندک می باشد.

جدول ۶- میانگین رتبه های مؤلفه های کارآفرینی در توریسم روستایی

میانگین رتبه های مؤلفه های کارآفرینی					تعداد نمونه	روستاهای مورد مطالعه
تنوع بخشی به منابع درآمدی خانوار	مدیریت منابع گردشگری	ریسک پذیری در فعالیت ها	خلاقیت و آینده نگری فردی و خانوادگی	بهبود وضعیت شغلی		
۳۰٫۸۶	۲۸٫۲۵	۳۳٫۱۴	۲۹٫۰۷	۳۰٫۲۱	۳۰	کامشکان
۲۹٫۳۲	۳۰٫۲۵	۲۷٫۷۱	۳۱٫۰۰	۲۷٫۵۴	۳۸	چنگوره
۳۰٫۱۸	۳۰٫۸۹	۲۸٫۷۹	۳۰٫۵۴	۳۰٫۱۴	۲۲	اسماعیل آباد
۲۷٫۸۸	۲۸٫۷۲	۲۸٫۵۰	۲۷٫۶۶	۳۰٫۰۳	۲۲	مشهد
۰٫۲۶۷	۰٫۲۴۹	۰٫۹۳۹	۰٫۴۱۲	۰٫۲۸۲		کای اسکوتر
۳	۳	۳	۳	۳		درجه آزادی
۰٫۹۶۶	۰٫۹۶۹	۰٫۸۱۶	۰٫۹۳۸	۰٫۹۶۳		معناداری

منبع: یافته های تحلیلی تحقیق، ۱۳۹۲.

می توان به این نکته اذعان کرد که گردشگری روستایی و بویژه پدیده نوظهور خانه های دوم در روستاهای مورد بررسی عاملی در راستای حفظ جمعیت دائمی به شمار می آید. به طوری که با متنوع تر شدن فرصت های شغلی و درآمدی در محدوده روستا که عمدتاً با سرمایه گذاری فردی- خانوادگی مهاجران سال های قبل در ارتباط است، زمینه های مناسبی برای توسعه کسب و کارهای کوچک و عمدتاً در زمینه های غیر زراعی فراهم شده است؛ که به افزایش ماندگاری جوانان و خانواده های روستایی در یک دهه اخیر منجر شده است.

نتیجه گیری:

همان طور که در مبانی نظری به آن اشاره شد، مناطق روستایی در کشورهای در حال توسعه و بویژه در کشور ما با مسائل متعدد اقتصادی- اجتماعی مواجه اند، که یکی از مهم ترین آنها ضعف پایه های اقتصادی و کمبود منابع درآمدی و اشتغال می باشد که خود ریشه در غالب بودن نقش کشاورزی در این مناطق به عنوان زمینه اصلی کار و فعالیت می باشد. از این رو، برنامه ریزان توسعه روستایی تأکید زیادی بر روی متنوع سازی اقتصاد روستا از طریق توجه به کارآفرینی در زمینه های غیر زراعی از قبیل توسعه گردشگری مبذول کرده اند. زیرا که، فعالیت های گردشگری با توجه به چندبخشی بودن فعالیت ها توانایی ایجاد ارتباط بین بخش های مختلف اقتصادی از قبیل کشاورزی، صنایع محلی و بومی، خدمات و نظایر آن را دارد و

می‌تواند عاملی مؤثر برای ایجاد تحولات اقتصادی- اجتماعی مناطق روستایی به شمار آید. نتایج مطالعه حاضر نشان می‌دهد که:

- تحلیل نتایج داده‌های پرسشنامه‌ای با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که معناداری تفاوت میانگین عددی از مطلوبیت عددی مورد آزمون (که میانگین طیف لیکرت = ۳) در نظر گرفته شده است، در همه شاخص‌ها در سطح ۹۹ درصد معنادار بوده و تفاوت همه شاخص‌های بررسی شده از حد مطلوب به شکل مثبت می‌باشد که این امر، بیانگر این نکته است که توسعه گردشگری در روستاهای مورد مطالعه، توانسته است نقش مهمی در بهبود شرایط کارآفرینی در بین ساکنین محلی ایجاد کند. به طوری که، از بین مؤلفه‌های مورد مطالعه، شاخص تنوع‌بخشی به منابع درآمدی خانوار در محدوده روستا دارای بیشترین مقدار میانگین عددی و شاخص مدیریت منابع گردشگری در محدوده روستا نیز دارای کمترین میزان میانگین عددی از دیدگاه پاسخگویان را به خود اختصاص داده است. از طرفی دیگر، نتایج استفاده از آزمون فریدمن نیز با توجه به بالا بودن میزان ضریب کای دو تفاوت کاملاً معناداری را در سطح ۰/۰۰۱ در میانگین رتبه‌ای در بین شاخص‌ها را نشان می‌دهد.
- نتایج تحلیل‌های انجام شده در سطح ۴ روستای عمده مقصد گردشگری و ایجاد خانه‌های دوم در دهستان حصار ولیعصر با استفاده از تحلیل کروسکال والیس نشان می‌دهد که در شاخص‌های تنوع بخشی به منابع درآمدی خانوار در محدوده روستا، ریسک‌پذیری در فعالیت‌ها و راه‌اندازی مشاغل جدید و بهبود وضعیت شغلی فردی و خانوادگی روستای کامشکان در رتبه بالاتری نسبت به روستاهای دیگر قرار گرفته است. در شاخص مدیریت منابع گردشگری روستای اسماعیل‌آباد و در شاخص خلاقیت و آینده‌نگری روستای چنگوره در رتبه بالاتری نسبت به سایر روستاهای مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.

منابع و مأخذ:

۱. اکبرپور سراسکانرود، محمد؛ رحیمی، محسن و فاضل محمدی (۱۳۹۰): «سنجش تأثیرات گسترش گردشگری بر ابعاد توسعه پایدار مطالعه موردی: شهرستان هشتروند»، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال اول، شماره ۳، مردودشت، صص ۱۰۳-۹۴.
۲. استونر، جیمز، فریمن، ادوارد و گیلبرت دانیل (۱۳۸۹): مدیریت، سازماندهی، رهبری و کنترل، ترجمه: علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ سوم، جلد دوم، تهران.
۳. رضوانی، محمدرضا و محمد نجارزاده (۱۳۸۷): «بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی»، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، تهران، صص ۱۸۲-۱۶۱.
۴. دادورخانی، فضیله؛ ایمنی قشلاق، سیاوش؛ رضوانی، محمدرضا و خدیجه بوذرجمهری (۱۳۹۰): «تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی، مطالعه موردی روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو»، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۸، تهران، صص ۱۹۵-۱۶۹.
۵. قربانی، رسول، زادولی، فاطمه و شاهرخ زادولی (۱۳۹۳): «ارزیابی اثرات منفی توسعه گردشگری بر روستاهای جاذب گردشگر (نمونه موردی: روستای کندوان- شهرستان اسکو)»، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال چهارم، شماره ۱۵، مردودشت، صص ۱۰۸-۱۰۳.
۶. فرجی سبکبار، حسنعلی؛ بدری، سیدعلی؛ سجاسی قیداری، حمداله؛ صادقلو، طاهره و علی شهدادی خواجه عسگر (۱۳۹۰): «اولویت‌بندی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با استفاده از تکنیک پرومیتی، مطالعه موردی: دهستان حومه بخش مرکزی شهرستان خدابنده استان زنجان»، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۴۳ (پیاپی ۷۵)، تهران، صص ۶۸-۵۳.
۷. منصورفر، کریم (۱۳۹۱): روش‌های پیشرفته آماری همراه با برنامه‌های کامپیوتری، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ چهارم، تهران.

8. Ahmad, A.R., Yusoff, W.F., Noor, H.M. and Ramin, A.K. (2012): Preliminary Study of Rural Entrepreneurship Development Program in Malaysia, *Journal of Global Entrepreneurship*, Vol. 2, No. 1, pp: 1-8.
9. Audretsch, D. and Keilbach, M. (2004): Entrepreneurship and Regional Growth: An Evolutionary Interpretation, *Journal of Evolutionary Economics*, Vol. 14, No.5, pp: 605-616.

10. Barringer, B. R. and Ireland, R. D. (2006): *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*, Prentice Hall: Jersey, USA.
11. Bednarzick, R.W. (2000): *The Role of Entrepreneurship in U.S. and European Job Growth*, *Monthly Labor Review*, Vol. 123, No.7, pp: 3-16.
12. Carree, M. and Thurik, R. (2005): *Understanding the role of entrepreneurship for Economic Growth*, prepared for "The Handbook Entrepreneurship and Economic Growth" (International Library of Entrepreneurship) of Edward Elgar Publishing Ltd. : London.
13. Chemin, M. (2008): *The Impact of the Judiciary on Entrepreneurship: Evaluation of Pakistan's Access to Justice Programme*, *Journal of Public Economics*, Vol. 93, No.1, pp:114-125.
14. Dinis, A. (2011): *Tourism, niche strategy and networks as factors for both entrepreneurship and rural sustainability*, IX Rural Entrepreneurship Conference: A sustainable rural?, 23-24 June 2011– Nottingham Business School.
15. Drăgulănescu, I. and Druțu, M. (2012): *Rural Tourism for Local Economic Development*, *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, Vol. 2, Special Issue 1, pp: 196-203.
16. Figueiredo, E. and Raschi, A. (2013): *Trekking out of the crisis: is there a role for rural tourism?*, Working group number: 17, XXV ESRS Congress, Florence, Italy, 29 July- 1 August, 2013. <http://www.florenceesrs2013.com>
17. Gülümser, A.A., Levent, T.B., Nijkamp, P. and Poot, J. (2012): *The role of local and newcomer entrepreneurs in rural development: A comparative meta-analytic study*, *Research Memorandum 2012-1*, Faculty of Economics and Business Administration.
18. Hertin, J., Berkhout, F. and Schepelmann, P. (2001): *Indicators for monitoring integration of environment and sustainable development in enterprise policy*, Final Report, Science and Technology Policy Research, University of Sussex, 31 January.
19. Hoy, F.S. (1983): *Who Are the Rural Entrepreneurs?*, in *National Rural Entrepreneurship Symposium*, Southern Rural Development Center, pp: 7-10.
20. Hubbard, R.G. (2008): *Nondestructive Creation: Entrepreneurship and Management*, *Journal of Policy Modeling*, Vol. 30, No.4, pp: 595-602.
21. Islam, F. and Carlsen, J. (2012): *Tourism in Rural Bangladesh: Unlocking Opportunities for Poverty Alleviation?*, *Tourism Recreation Research*, Vol. 37, No.1, pp: 1-8.
22. Koen, P., Kleinschmidt, A. and Elko, J. (2005): *Opportunity Recognition, Idea Selection or Concept Definition: Which one Is the Most Important to the Corporate Entrepreneur?*, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Available at: http://www.babson.edu/entrep/fer/2005FER/chapter_xii/paperxii2.html
23. Liu, A. (2006): *Tourism in rural areas: Kedah, Malaysia*, *Tourism Management*, Vol. 27, pp: 878–889.
24. Lordkipanidze, M. (2002): *Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development*, The case of Söderslätt region, Sweden, Published by International Institute for Industrial Environmental Economics, Lund University.
25. Meccheri, N. and Pelloni, G. (2006): *Rural Entrepreneurs and Institutional Assistance: an Empirical Study from Mountainous Italy*, *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 18, pp: 371-392.
26. Mihalič, T. (2002): *Tourism and development: Concept and Issues*. Chapter 3: *Tourism and Economic Development Issues*, Edited by: Richard Sharpley and David Telfer, pp: 81-111.
27. Moreira, A.C. and Martins, P.L. (2009): *An integrated Methodology for incubation of Business Ideas in Rural Community in Portugal*, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 3, Issue 2, pp: 176-192.
28. Nandanwar, K.P (2011): *Role of Rural Entrepreneurship in Rural Development*, *Research Paper, International Referred Research Journal*, Vol. 2, ISSUE.26, pp: 1-14.

29. Panagiota, S. and Nastis, S.A. (2011): *Collective Entrepreneurship in Agriculture and its Contribution to Sustainable Rural Development in Greece*, *Journal of the Geographical Institute*, Vol. 61, No. 2, pp:109-128.
30. Pivcevic, S. (2005): *Constraints and opportunities of agro-tourism development in the Republic of Croatia with the special stress on Sinj region*, *Sixth International Conference on "Enterprise in Transition" in Bol, Croatia, May 2005*. http://bib.irb.hr/datoteka/275455.Full_Paper_eitconf_Smiljana_Pivcevic.pdf
31. Psaltopoulos, D., Stathopoulau, S. and Skuras, D. (2005): *The Location of Markets, Perceived Entrepreneurial Risk, and Start-up Capital of Micro Rural Firms*, *Small Business Economics*, No. 25, pp:147-158.
32. Schumpeter, J.A. (1934): *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, Harvard University Press: Cambridge, USA.
33. Shane, S. and Venkataraman, S. (2003): *A general theory of Entrepreneurship*, Edward Elgar Publishing Ltd: London.
34. Sharpley, R. and Vassb, A. (2006): *Tourism, Farming and Diversification: An Attitudinal Study*, *Tourism management*, Vol. 27, pp:1040-1052.
35. Smith, D. (2010): *The Role of Entrepreneurship in Economic Growth*, *Undergraduate Economic Review*, Vol. 6, Issue. 1, Article 7. Available at: <http://digitalcommons.iwu.edu/uer/vol6/iss1/7>
36. 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 2011, pp: 109- 121.



