

Analysis of Spatial Reconstruction Capacity of Tourism Entrepreneurship in Rural Area Development (Case study: Samen district of Malayer county)

Abass Roozbahani¹, Horieh Moradi^{2✉}, Hamed Abbasi³

1. M. Sc of Geograghy and Turism Planning, University of Lorestan, Khorramabad, Iran
E-mail: n_sh229@yahoo.com
2. Assistant Professor of Geography and Rural Planning, University of Lorestan, Khorramabad, Iran
✉ E-mail: moradi.ho@lu.ac.ir
3. Assistant Professor of Geography and Urban Planning, University of Lorestan, Khorramabad, Iran
E-mail: abbasi.h@lu.ac.ir



How to Cite: Roozbahani, A; Moradi, H; & Abbasi, 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: <http://dx.doi.org/10.22111/GDIJ.2023.7402>

Received:

10 December 2021

Received in revised form:

19 July 2022

Accepted:

5 November 2022

Published online:

20 January 2023

ABSTRACT

In today's borderless global economy, on the international stage, places act as new actors. Globalization of the economy and increasing the technological changes pace are two important forces in geographic location competition which is essential to have people with the following characteristics: creativity, risk-taking and awareness of environmental opportunities in the field of land economy. On the other hand, the increasing importance of tourism businesses in economic diversification and livelihood sustainability, especially in local communities, has created various economic opportunities to meet these needs. Consideration of innovative tourism activities in the context of rural entrepreneurship development is one of the most important opportunities. Therefore, the present article investigates the tourism entrepreneurship space in the Saman District of Malayer County with the aim of analyzing the spatial reconstruction capability of tourism entrepreneurship in rural areas development. The method of this study was descriptive-analytical and applied. The statistical population of the study consisted of 100 furniture and carpentry business owners. A questionnaire was used to measure the reliability of the questionnaire using Cronbach's alpha test for tourism entrepreneurship variable (0.98). Data analysis was performed in SPSS 20 software. Findings showed that tourism entrepreneurship (sofa and inlay) was relatively favorable in 90% of rural areas and led to the growth of tourism entrepreneurship economic activities in the region. According to the results, the villages of Dehno and Dehnoavarzaman are capable of entrepreneurship spatial reconstruction and become larger business locations. Also, the results of the means comparison test showed that there is a significant difference ($p < 0.01$) between the perception of entrepreneurs with different educational levels in terms of factors affecting the spatial reconstruction of entrepreneurship.

Keywords:

Spatial reconstruction,
Tourism entrepreneurship,
Rural tourism,
Small and medium-sized
enterprises (SME),
Samen district of
Malayer county.



© the Author(s).

Publisher: University of Sistan and Baluchestan

Extended Abstract

1. Introduction

With the beginning of the 21st century, many rural areas in the world, especially in developing countries, are experiencing problems caused by economic stagnation, stagnation, and depression, which are among the reasons for the lack of economic diversity, the lack of Entrepreneurship and the like. As a result, rural areas face strategic

challenges every day, increasing the development gap between cities and villages, lack of man-made resources, unemployment, low income, low productivity, poverty, increasing rural migration, and economic decline. environment and so on. In this connection, diversifying the economic activities of the village based on the existing powers and capacities and the leading opportunities in them can

strengthen the economic development of the villages. Especially, paying attention to the entrepreneurship of rural tourism can create a basis for sustainable rural development; Because the rural tourism entrepreneurs combine entrepreneurial mentality and existing capacities and create a new or improved economic activity called rural tourism, which generates a continuous flow of income and wealth for them. That is, in a way, Schumpeter's understanding of entrepreneurs lies in it, that rural entrepreneurs create a new product, a new production method, and finally methods of organizing production patterns and resources in tourism, with their creative destruction. Their main feature is innovation that leads to maximizing economic efficiency and minimizing bio-economic risk with a sustainable approach in rural areas.

2. Methods and Material

This research is of an applied type, which was carried out using a descriptive-correlation method and a survey technique. The statistical population was the entrepreneurs or the owners of the furniture and upholstery business in the rural areas of Saman district of Malair city. Since the number of rural entrepreneurs in this area was limited, in order to increase the accuracy of the research, the sampling method was carried out as a census. (According to the statistics obtained until 2016, 4300 furniture and inlay workshops and more than 500 artists directly and more than 20 thousand people were working indirectly in the field of handicrafts in Malair city. Among the rural areas active in this field In Saman, the two villages of Dehnovarzaman and Haram-Roud-Safeli have a large number of active workshops (250 workshops) and 20 active furniture and inlay exhibitions. From the total of 250 active workshops, according to the economic situation of the country, currently only 35 active furniture workshops in these two villages are engaged in their successful production, and mostly the rest of the workshops are either inactive or in the process of bankruptcy. are, therefore, in total the necessary investigations of all 100 active and semi-active workshops in this two villages were carried out). The measurement tool was a researcher-made questionnaire, which was partially taken from the standardized tests of entrepreneurship, whose

content and appearance validity were confirmed using the opinions of professors and experts. Its reliability was also calculated using Cronbach's alpha test of 0.98, which indicated the appropriateness of the research tool. To measure the variable of tourism entrepreneurship, 113 items were used in the form of a Likert scale, and each of the items was given values from zero to five. For data analysis, SPSS20 software and appropriate statistical methods (descriptive statistics, dispersion coefficient, analysis of variance) were used. t test was used according to the research objectives. In other words, in order to investigate the possibility of spatial reconstruction of tourism entrepreneurship in the development of the rural areas of Saman district of Malair city, at first, according to the spatial research approach of Koratko and Hodgets (2004), the amount of entrepreneurial activities in the region was calculated; And then the average comparison test (variance analysis and t-test) was used to determine the difference levels of entrepreneurial activities at the village level based on the difference in the age of entrepreneurs, education level, income, history of workshops, etc. If there are many entrepreneurial activities in a region, it means that that region will have the ability to reconstruct space and accept new business companies.

3. Results and Discussion

The results of investigating the current situation of tourism entrepreneurship in the rural areas of Saman district of Malayer city; It showed that the state of tourism entrepreneurship (furniture and carvings) in 90% of the rural areas of Saman district of Malair city is relatively favorable (3% unfavorable and 7% favorable) and it has led to the growth level of economic activities of tourism entrepreneurship in the region. Is. This means that the entrepreneurs have been able to contribute to the regulation of the economic space of the villages as a missing link in the geographical locations according to the economic needs of the region and their innovative actions; And in order to rebuild the spatial foundations of tourism entrepreneurship in the region and increase the spatial flows of wealth, population, production, distribution and consumption

in the rural areas of the city, take measures through the promotion and development of companies and the creation of micro and medium workshops. . These results are somewhat consistent with the results of Ghanian et al. (2013).

The results of calculating the amount of entrepreneurial activities in the rural areas of Samen district of Malair city showed that the studied area has a good situation in terms of demographics and economic basis. Samen district (Haram Rood Safali and Dehno Avarzaman villages) due to its proximity to the center of Malayer city (25-30 km) and having motivation and personality traits such as a positive outlook and a sense of opportunism and seeking success and achievement. To economic progress and individual wealth by considering the use of resources and facilities of the village, to create the greatest improvement in the field of employment and industrial change in the village. 20% of entrepreneurial business owners (human capital) in this area have university education, the main scope of entrepreneurial activities in this area is the furniture industry and the growth of industrial businesses was seen well in this area. Therefore, it can be said that Samen sector has the ability to form industrial business clusters with competitive advantage and job creation capacity. The growth of 70 percent of micro and small businesses has influenced the development of rural areas in Samen sector. The average income of entrepreneurs is less than 2 million tomans (low) and the desire to buy entrepreneurs' products from the people of the village was evaluated as very high. 59 percent of them had not used bank loans and government and private sector aid. Thus, according to the obtained results, it can be said that the amount of entrepreneurial activities in Samen section of Malayer city is the possibility of spatial reconstruction of entrepreneurship through receiving more funding and financial support and investment from the government and departments. There is privatization and increase in production and consequently more income and more employment. These results are consistent with Bayat and Badri (2016). The results of the study of variables affecting spatial reconstruction also showed that there is a significant difference between the

perceptions of rural tourism entrepreneurs of the factors affecting the spatial reconstruction of tourism entrepreneurship, only the level of education of business owners at the level of one percent error (99% confidence). In the rest of the variables (different age groups, different income levels, history of activity, size of workshops, use of bank loans, participation in entrepreneurship training classes, whether or not to use the distribution service system in product marketing, having website and internet advertising, access to computer and internet) no significant difference was observed. These results are consistent with Ghanian et al. (2016) and Molenhuis (1996). Only the hypothesis that there is a significant difference between the perceptions of business owners with different education in terms of factors affecting the spatial reconstruction of tourism entrepreneurship was confirmed and the rest of the hypotheses related to demographic and individual characteristics were rejected.

4. Conclusion

The results indicate that since more than half of the studied furniture and inlay workshops are new and high-risk and have grown and developed in the last 5 years, they are probably heavily influenced by imaginary and pre-existing variables. Stronger unforeseen (economic sanctions, reduction of income and currency exchange) are in the economic and political environment governing the society, the consequences of which have been the reduction of tourist participation in the profitable socio-economic activities of the local people. Therefore, the entrepreneurial thinking and actions of business owners have not been able to show an acceptable difference at the level of individual characteristics. According to the research results, suggestions can be made for the development of tourism entrepreneurship in rural areas as follows:

Tourism and handicrafts and traditional arts are two complementary industries and influence each other's growth. For the growth and promotion of this industry in local communities, the role of rural women should not be neglected. The role and position of women in the development of tourism entrepreneurship activities in the rural areas of

Saman Malair has been given the least attention and importance. So that women were not seen among the business owners. This means that women's entrepreneurship has not grown in this region in recent years. If the women community in the development of rural entrepreneurial activities, especially handicrafts, are considered as one of the best thinking and active forces for the dynamics of local communities.

Since only 20% of furniture and furniture business owners had university education and also there was a significant difference between their perceptions in terms of university education, it can be said that since most of the furniture and furniture workshops

in the region are small and they were new and with a history of less than 5 years, in order to obtain up-to-date information and also to increase the sense of competition among this workshop, the existence of knowledge clusters in these villages is necessary. The establishment of civil institutions and furniture associations for continuous education in the conditions of risky economic activity for villagers is one of the most important strategies for developing their economic knowledge. Membership in these associations can help you get bank loans.

Keywords: Spatial reconstruction, Tourism entrepreneurship, Rural tourism, Small and medium-sized enterprises (SME), Samen district of Malayer county.

5. References

- Bayat, Nasser and Badri, Seyyed Ali (2016). Analysis of local residents' perception of the effects of rural tourism in Malair city, case: villages in the Kolan river basin. *Space Economy and Rural Development Quarterly*. Volume 6, Tourism Special (Winter 2016). (In Persian)
<https://serd.khu.ac.ir/article-1-2976-fa.html>
- Blanke, Jenifer (2009). The Travel & Tourism Competitiveness Report is published by the World Economic Forum within the framework of the Global Competitiveness Network and the Industry Partnership Programmers for Aviation, Travel and Tourism.
https://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf
- Drucker, Peter F (1998). Innovative knowledge. Translated by Ali Chitsaz, *Development of Management*. Number 9, Year seven, 20-23. (In Persian). <http://irmf.ir/>
- Ghanian, Mansour; Khani, Fazileh; Baghai, Leila (2010). Evaluation of entrepreneurial environment in rural tourism (case study: Oraman region). *Rural Research Quarterly*, second year, third issue, 99-123. (In Persian)
https://jrur.ut.ac.ir/article_23689.html
- Hamedan Governorate (2015). Furniture and inlay cluster in Hamedan province. Available on the site: (In Persian)
http://www.ostan-hm.ir/fa/news_body.aspx?spi=MQ==&vid=MTIyMTk=&p=MQ==
- Hazarjaribi, Jafar (2005). *Entrepreneurship*, Publications of the Research Institute of Economic Affairs. First Edition. (In Persian)
- Heilig, K and Gerhard, M (2002). *European Rural Development*, International Institute for Applied Systems Analysis, Luxembourg, Austria
<https://pure.iiasa.ac.at/6771/1/IR-02-014.pdf>
- Horner, S. and Swarbrooke, J (2012). *International Cases in Tourism Management*, Routledge.
<https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780080473116/international-cases-tourism-management-susan-horner-john-swarbrooke>
- Islamic Republic News Agency (2018). The world ahead of the national city of Manbat. Available on the site: (In Persian)
<https://www.irna.ir/news/>

- Iran Statistics Center (2015). The detailed results of the general census of the population and residence of the cultural settlements of the country, Hamadan province, Malair city. (In Persian)
- Karimzadeh, Hossein (2010). Spatial modeling of entrepreneurship opportunities with an emphasis on the tourism sector in rural areas, a case study: rural areas of Varzaghan city, PhD thesis, Faculty of Geography, University of Tehran. (In Persian)
- Koratko, Donald F.; Hodgetts, Richard M (2004). A contemporary perspective on entrepreneurship. Translation: Ebrahim Amel Mehrabi and Mohsen Tabarai. Tehran: Press of Ferdowsi University of Mashhad. Second edition, winter 2017. 63-67. (In Persian)
- Moradi, Horiéh (2015). Designing a suitable model of entrepreneurship in the rural areas of Kermanshah. PhD Thesis, Faculty of Geographical Sciences, Department of Human Geography, Kharazmi University, Tehran. (In Persian)
- Motiei-Langroudi, Seyyed Hasan; Moradi, Mahmoud (2005). The position of industries in the process of industrialization and rural development of the central part of Birjand city. Geographical Research Quarterly. Volume 38, Number 53, 137-149. (In Persian)
https://jrg.ut.ac.ir/article_17762.html
- Motiei Langroudi, Hassan; Shamsaei, Ibrahim (2010). Sustainable agricultural development. Tehran University Publications. (In Persian)
- Moghimi, Seyed Mohamad (2013). Entrepreneurship and environmental factors affecting it, Management Culture Journal, Year 2, Number 5, 77-107. (In Persian).
<https://www.sid.ir/paper/458209/fa>
- Nik-Raftar, Tayyaba and Nosratifar, Zahra (2016). Analysis of entrepreneurial opportunities in rural tourism in Alborz province. Space Economy and Rural Development Quarterly. Volume 6, Tourism Special (Winter 2016). 45-58. (In Persian)
<https://serd.khu.ac.ir/article-1-2975-fa.html>
- Paseban, Fatemeh (2013). The role of women entrepreneurs in the rural development of developing countries, the collection of articles of the Congress of Rural Development, Challenges and Prospects, Tehran: Higher Institute of Management and Planning Education and Research. (In Persian).
<https://chawosh.org/5045/>
- Rostami, Farhanaz and Ehsanifar, Tehmine (2017). Drivers of rural tourism entrepreneurship development, Journal of Entrepreneurship in Agriculture, Volume 5, Number 2, 71-82.
doi: 10.22069/JEAD.2018.15614.1347. (In Persian)
https://jead.gau.ac.ir/article_4364.html
- Rokuddin Eftekhari, Abdul Reza, Portahari, Mehdi, Fazli, Nafisa (2013). Analysis of effective factors in the development of rural tourism entrepreneurship. Tourism planning and development, third Year, Number 8, 87-107. (In Persian).
https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_664.html
- Sajasi-Qaidari, Hamdallah; Ruknuddin Eftekhari, Abdul Reza and Mahdavi, Davood (2015). Sustainable development of tourism entrepreneurship with emphasis on rural areas. Tehran: Samit Publications. First edition, 354.273. doi: 10.22059/JHGR.2014.51564. (In Persian)
https://jhgr.ut.ac.ir/article_51564.html
- Shatrian, Mohsen, Muntsari, Zahra, Kayani, Siddiqa and Gholami, Yunus (2018). Leveling of tourism development in the villages of Barzak district in Kashan city. Space Economy and Rural Development Quarterly. Eighth year, second issue (28 in a row), 95-114. (In Persian)
<https://serd.khu.ac.ir/article-1-3319-fa.html>

- Shane, Scoot .Andrew, Edwin A. and Locke, Christopher J. Collins (2003). Entrepreneurial motivation, Human Resource Management Review, No.13, 257-279.
<https://www.scirp.org/%28S%28vtj3fa45qm1ean45vvffcz55%29%29/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2894699>
- Sharpley, R (2007). Flagship Attractions and Sustainable Rural Tourism Development: The Case of the Alnwick Garden, England, Journal of Sustainable Tourism, 15:2, 125-143
https://www.researchgate.net/publication/45637024_Flagship_Attractions_and_Sustainable_Rural_Tourism_Development_The_Case_of_the_Alnwick_Garden_England
- Smith, A. et al (2002). Embedding new entrepreneurship programs in UK higher education institution, Education + Training 8. 555-567.
https://www.researchgate.net/publication/235294226_Embedding_New_Entrepreneurship_Programmes_in_UK_Higher_Education_Institutions_Challenges_and_Considerations
- Steiner, Artur, Cleary, Jen (2014). What are the Features of Resilient Businesses? Exploring the Perception of Rural Entrepreneurs. Journal of Rural and Community Development.Vol.9,No.3.1-20.
https://web.archive.org/web/20200506075707/https://researchonline.gcu.ac.uk/ws/files/24325206/1125_3194_1_PB.pdf
- Tousi, Ramadan, Jamshidi, Alireza and Tagdisi, Ahmad (2014). Rural entrepreneurship and determination of factors affecting it (case study: villages of Minodasht city). Rural Research and Planning Quarterly, third Year, Number 8, 1-11. 10.22067/JRRP.V3I8.21100. (In Persian)
https://jrrp.um.ac.ir/article_25237.html
- Wikipedia (2017). Malayer-Wikipedia Azad Haj Agha Gonbadi Malayer's encyclopedia. Available on the site: (In Persian)
<https://fa.mimplus.ir/post/5/BIFpMJ/%D9%85%D9%84%D8%A7%DB%8C%D8%B1>
- Williams, S (2009). Tourism Geography: A New Synthesis, Taylor & Francis.
<https://doi.org/10.4324/9780203877555>
<https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203877555/tourism-geography-stephen-williams>



تحلیل قابلیت باز ساخت فضایی کار آفرینی گردشگری در توسعه نواحی روستایی

مورد: بخش سامن شهرستان ملایر

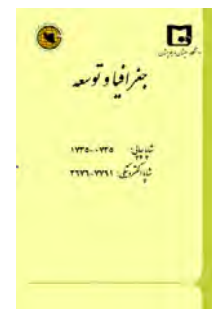
عباس روزبهبانی^۱، دکتر حوریه مرادی^{۲*}، دکتر حامد عباسی^۳

مقاله پژوهشی

جغرافیا و توسعه، شماره ۷۰، بهار ۱۴۰۲
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۱۹
تاریخ بازنگری داور: ۱۴۰۱/۰۴/۲۸
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۱۴
صفحات: ۵۱-۲۷

چکیده

در اقتصاد جهانی بی‌مرز امروز، مکان‌ها در نقش بازیگران جدید، در صحنه بین‌المللی عمل می‌کنند. جهانی شدن اقتصاد و تشدید سرعت تغییرات فناوری دو نیروی مهم در رقابت‌های مکانی بسترهای جغرافیایی بوده است که برای مواجهه با چالش‌های رقابتی و محیطی حاصل از آن، وجود افرادی خلاق، ریسک‌پذیر و آگاه به فرصت‌های محیطی در عرصه‌های اقتصادی سرزمینی ضروری می‌نماید. از سوی دیگر، افزایش اهمیت کسب‌وکارهای گردشگری در تنوع بخشی اقتصادی و پایداری معیشتی به‌ویژه در جوامع محلی سبب شکل‌گیری فرصت‌های مختلف اقتصادی برای پاسخگویی به این نیازها شده است. توجه به فعالیت‌های گردشگری نوآورانه در چارچوب توسعه کارآفرینی نواحی روستایی یکی از مهم‌ترین این فرصت‌هاست؛ از این رو مقاله حاضر به بررسی فضای کارآفرینی گردشگری بخش سامن شهرستان ملایر با هدف تحلیل قابلیت بازساخت فضایی کارآفرینی گردشگری در توسعه نواحی روستایی پرداخت. روش پژوهش، توصیفی-تحلیلی با فن پیمایشی و از نوع کاربردی بود. صاحبان کسب‌وکار مبل و منبت، به تعداد ۱۰۰ نفر جامعه آماری این پژوهش را تشکیل دادند و به دلیل محدود بودن تعداد آنان از روش نمونه‌گیری سرشماری استفاده شد. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه‌ای بود که پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ برای متغیر کارآفرینی گردشگری ۰/۹۸ محاسبه شد که بیانگر مناسب بودن ابزار پژوهش بود. تحلیل داده‌ها در محیط نرم‌افزار SPSS انجام گرفت. یافته‌ها نشان داد کارآفرینی گردشگری (مبل و منبت) در ۹۰ درصد از نواحی روستایی دارای وضعیتی نسبتاً مطلوب بوده و سطح رشد فعالیت‌های اقتصادی کارآفرینی گردشگری را در منطقه منجر شده است. با توجه به نتایج، روستاهای دهنو و دهنوآورزمان دارای قابلیت بازساخت فضایی کارآفرینی و تبدیل شدن به مکان‌های تجاری بزرگ‌تر هستند. همچنین، نتایج آزمون مقایسه میانگین‌ها نشان داد، بین ادراک کارآفرینان با سطح تحصیلات مختلف از نظر عوامل مؤثر بر بازساخت فضایی کارآفرینی گردشگری مبل و منبت تفاوت معنی‌داری در سطح یک درصد خطا (۹۹ درصد اطمینان) وجود دارد.



واژه‌های کلیدی:
بازساخت فضایی، کارآفرینی گردشگری، گردشگری روستایی، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، بخش سامن شهرستان ملایر.

مقدمه

مواجه هستند (هزار چریبی، ۱۳۸۴: ۱۴۸). در این ارتباط تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصادی روستا براساس توان‌ها و ظرفیت‌های موجود و فرصت‌های پیشرو در آن‌ها می‌تواند تقویت‌کننده توسعه اقتصادی روستاها باشد. به‌ویژه توجه به کارآفرینی گردشگری روستایی می‌تواند زمینه‌ساز توسعه پایدار روستایی شود (پاسبان، ۱۳۸۳: ۲۸۶)؛ زیرا روستاییان کارآفرین گردشگری ذهنیت کارآفرینی و ظرفیت‌های موجود را ترکیب و یک فعالیت اقتصادی جدید یا ارتقایافته را به نام گردشگری روستایی خلق می‌کنند که جریان مداومی از درآمد و ثروت را برای آن‌ها تولید می‌کند؛ یعنی به نوعی همان

با شروع قرن بیست و یکم بسیاری از نواحی روستایی در سطح جهانی، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، در حال تجربه کردن مشکلات ناشی از رکود، ایستایی و کساد اقتصادی هستند (Healing & Gerhard, 2002: 2) که از جمله دلایل آن کاستی در تنوع اقتصادی، نبود نگاه کارآفرینی و همانند آن است؛ در نتیجه هر روز مناطق روستایی با چالش‌های راهبردی، افزایش فاصله توسعه‌ای بین شهر و روستا، کمبود منابع انسان‌ساخت، بیکاری، درآمد کم، بهره‌وری پایین، فقر، افزایش مهاجرت روستایی، پسرفت‌های زیست‌محیطی و...

۱. کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران

۲. استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه جغرافیا، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران (نویسنده مسئول)

۳. استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، گروه جغرافیا، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران

n_sh229@yahoo.com

moradi.ho@lu.ac.ir

abbasi.h@lu.ac.ir

این حاکی از مهاجرت خیل عظیم جمعیت از روستا به شهرهاست (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵).

در شهرستان ملایر، مطابق با آمارهای موجود، بیش از ۴۰۰۰ کارگاه صنایع دستی وجود دارد (استانداری همدان، ۱۳۹۵) که پتانسیل خوبی برای ایجاد اشتغال و تولید در ملایر فراهم کرده است. صنایع دستی این شهرستان با محوریت ساخت مبل و منبت کاری است (واحد های طراحی و منبت کاری، واحدهای تولیدکننده مبلمان خام و مبلمان نهایی)، هنر منبت کاری در ساخت مبل، ظرفیتی است که جایگاه ویژه ای را به این صنعت در ملایر داده است و همین امر موجب منحصربه فرد بودن مبل های ساخت ملایر و برخورداری از ارزش هنری و اقتصاد ویژه در سطح کشور شده و بدین سان، شهرستان ملایر را به پایتخت مبل و منبت ایران تبدیل ساخته است. نحوه مالکیت و مدیریت اکثر واحدها و کارگاه های تولید مبل شهرستان خصوصی و شخصی بوده و تعداد کمی از کارگاه ها دارای شخصیت حقوقی، تعاونی و سهامی هستند، کارگاه های مستقر در مناطق روستایی در چندین روستای شاخص پراکنده شده اند (استانداری همدان، ۱۳۹۵). بدین ترتیب، در این پژوهش نواحی روستایی بخش سامن شهرستان ملایر که عمده جمعیت آن را جمعیت روستایی (۲۷۹۱۲ نفر) تشکیل می دهد و دارای کارگاه های مبل و منبت متعددی در ۲ دهستان (آورزمان، حرم رود سفلی) است، مورد مطالعه قرار گرفته و با توجه به اینکه رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط در نواحی روستایی این شهرستان منجر به جلب توجه گردشگران، مسافران و بازاریان از مناطق مختلف ایران شده است و شرایط رقابتی مناسبی را در میان کسب و کارهای جوامع محلی سبب شده است؛ بنابراین، پرسش هایی مطرح می شود، نظیر اینکه «چگونه می توان با برقراری پیوند بین کارآفرینی و گردشگری به توسعه پایدار

برداشت شومپیتر از کارآفرینان در آن نهفته است که کارآفرینان روستایی با تخریب خلاقانه خود یک کالای جدید، یک شیوه تولید جدید و در نهایت شیوه های سازماندهی الگوهای تولید و منابع را در گردشگری خلق می کنند که ویژگی اساسی آن ها نوآوری است که منجر به حداکثر کردن بازده اقتصادی و به حداقل رساندن ریسک زیست اقتصادی با رهیافت پایداری در مناطق روستایی می شود (رکن الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۹-۸۸).

گستره جغرافیایی روستاها در قلمرو سرزمینی و با در اختیار داشتن بخش وسیعی از منابع ملی، جامعه روستایی می تواند در شکل گیری فرصت های بسیار زیاد کارآفرینی در مناطق روستایی کشور مؤثر واقع شود که از جمله این فرصت ها در بخش روستایی به ویژه جاذبه های کارآفرینی گردشگری است. به خصوص روستاهایی با قابلیت کارآفرینی و گردشگری که در حاشیه کانون های جمعیتی واقع شده است، جاذبه زیادی دارد (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۵: ۶)؛ بنابراین کارآفرینی و گردشگری روستایی به لحاظ اشتغال و خدمات، برای جامعه روستایی ایران اهمیت دارد؛ بخش وسیعی از کشور را روستاها تشکیل می دهند که کانون استقرار سهم چشمگیری از جمعیت و نیروی فعال کشور هستند و حجم ارزش صادرات محصولات کشاورزی و صنایع وابسته به آن، در رابطه با ارزآوری و تولید ناخالص داخلی، نسبت به سایر بخش ها بعد از نفت جایگاه نخست را دارد (مطیعی لنگرودی و مرادی، ۱۳۸۴: ۸۵ و مرادی، ۱۳۹۵: ۸). به لحاظ اشتغال، نرخ بیکاری مناطق روستایی، ۱۴/۷۴ درصد و نرخ مشارکت نیروی کار، ۴۰/۸۵ درصد است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). از طرفی دیگر، تعداد کل مهاجران در سال ۱۳۹۵، ۴۷۰۹۱۴۹ نفر بوده است که تنها مقصد مهاجرت ۷۳۶۲۵۳ نفر از آنان به روستاها بوده و مقصد ۳۹۷۲۸۹۶ نفر به شهرها بوده است و

ظرفیت‌های بومی در بخش گردشگری روستایی دست یافت»؛ به عبارتی دیگر، این مقاله درصدد پاسخگویی به این سؤال کلیدی است که «وضعیت رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط‌مقیاس در مقاصد کارآفرینی گردشگری روستایی چگونه است؟ و چگونه می‌توان با رشد این کسب‌وکارها در مقاصد کارآفرینی گردشگری به اهداف توسعه گردشگری روستایی دست یافت؟»

مبانی نظری تحقیق

گردشگری روستایی از جمله راهبردهایی است که در چند دهه اخیر برای متنوع‌ساختن اقتصاد روستایی و توسعه پایدار روستایی مطرح شده است. اکثر کشورهای جهان این نوع گردشگری را به‌عنوان راهبردی نوین برای توسعه اجتماعی-اقتصادی، احیا و بازسازی نواحی روستایی مدنظر قرار داده‌اند. این امر به‌ویژه در کشورها و مناطقی که گزینه‌های محدودی برای توسعه دارند، بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. در اقتصاد ایران نیز گردشگری روستایی می‌تواند با توجه به گوناگونی محیطی و مزیت‌های نسبی موجود در آن به‌عنوان یکی از عرصه‌های تنوع‌بخشی به اقتصاد روستایی مدنظر قرار گیرد. در شرایطی که بسیاری از فعالیت‌های اقتصاد روستایی و سطح درآمد کشاورزی، طی دهه‌های اخیر دچار افول شدید شده و افزایش نرخ بیکاری و در نتیجه خروج نسل جوان و تحصیل کرده از جامعه روستایی، توسعه روستاها را به مخاطره انداخته است، اگر توسعه گردشگری به‌طور کامل در نواحی روستایی طرح‌ریزی شود، می‌توان تا حدودی این مناطق را از رکود و انزوا خارج کرد و موجب تنوع فرهنگی و گسترش توسعه روستایی و کشاورزی شد (مطیعی/نگرودی و شمسایی، ۱۳۹۰: ۵۱).

اهداف سیاست‌گذاری‌های توسعه گردشگری در نواحی روستایی، به‌طور خلاصه پیرامون تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصاد روستایی، پاسخگویی به تقاضای روزافزون گردشگری در نواحی روستایی، ایجاد تعادل

در توسعه ناحیه‌ای و منطقه‌ای و بسط منافع توسعه در فضای ملی است (Sharpley, 2007: 127). با این همه قابل توجه است که دستیابی به توسعه پایدار روستایی نیازمند یک دیدگاه کل‌نگر است که همه عناصر طبیعی، اجتماعی- فرهنگی و اقتصاد روستایی را به سوی یک هدف اصلی با یکدیگر هماهنگ و یکپارچه می‌کند؛ بنابراین گردشگری می‌تواند تنها یکی از این عناصر به‌شمار آید و به‌تنهایی نمی‌تواند همه اهداف توسعه پایدار روستایی را برآورده سازد (Horner & Swarbrooke, 2012: 374). به عبارتی دیگر، متنوع‌سازی فعالیت‌های اقتصادی و فضاهای جغرافیایی پایه اصلی توسعه گردشگری در نواحی روستایی است (شاطریان و همکاران، ۱۳۹۸: ۹۸؛ به نقل از ویلیامز، ۲۰۰۹). در این میان، کارآفرینی یک روش تفکر و اقدام است که فرصت ذهن افراد را به خود مشغول کرده است و براساس آن کل، گرایشی در نگرش و رهبری متعادل به‌منظور خلق ارزش به وجود می‌آورد (مقیم، ۱۳۸۳: ۸۱). افزون‌براین، در حوزه‌های مطالعاتی مختلف و در ارتباط با موضوعات تخصصی توسعه کارآفرینی گردشگری سطوح تحلیل و شاخص‌های سنجش آن‌ها متناسب با هدف مطالعه: آموزش، تجربیات، مکان جغرافیایی، مهارت‌ها و دانش کسب‌شده، ارتباط افراد کارآفرین، تجربه فعالیت در کسب‌وکارهای کوچک، شرایط اقتصادی، دسترسی به سرمایه‌های موجود، فرصت‌های دسترسی به مشاوره، دسترسی به خدمات حمایتی، مشتریان و افراد موردنیاز، زیرساخت‌ها، حمایت‌ها، سرمایه، خدمات حرفه‌ای، بازار نیروی کار، فرهنگ، آموزش، کیفیت زندگی، سیاست‌های کلان، امنیت، سیاست تجاری، محیط اجتماعی، اقتصادی، اکولوژیکی، برنامه‌ها، سازمان‌های حمایت‌کننده، زیرساخت‌ها، صنعت و فناوری و... ارائه شده است (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۳: ۹۲-۹۰). با این حال، در نهادینه کردن کارآفرینی گردشگری چندین عامل مؤثر هستند که عبارت‌اند از:

فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری: آشکار است که با در نظر داشتن ماهیت پراکندگی آثار اقتصادی گردشگری، مسئله مهم آن است که سهم کسب‌وکار کوچک در اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد مورد توجه قرار گیرد. بعضی از صنایع چون واحدهای اقامتی، ترابری، خوراکی و نوشیدنی، تفریح و سرگرمی و خدمات فروشگاه‌های مستقیماً از هزینه‌های مصرفی گردشگران بهره‌مند می‌شوند. این فراهم‌کنندگان مستقیم خدمات به گردشگران شامل شرکت‌ها و مؤسسات متوسط تا بزرگ می‌شود؛ اما در واقع بیشتر این خدمات به وسیله واحدهایی که در رده کسب‌وکار کوچک با کمتر از ۳۰ نفر شاغل طبقه‌بندی می‌شوند، ارائه می‌شود. نمونه‌های بارز آن شامل رستوران‌ها، فروشگاه‌های اشیای یادگاری، صنایع دستی همچون فرش، مبلمان و دیگر صنایع هنری، مؤسسات کوچک اقامتی مانند مهمانخانه‌ها و مسافرخانه‌ها، خانه‌هایی که اتاق اجاره می‌دهند، دفاتر خدمات مسافرتی و تورگردانان و خدمات توریستی در مجموع بخش عمده‌ای از اشتغال در صنعت گردشگری را ایجاد می‌کنند (کریم‌زاده: ۱۳۸۹: ۵۳). در جدول (۱) خلاصه‌ای از عوامل مؤثر در به‌وجود آمدن فرصت‌های کارآفرینی در بخش گردشگری از دیدگاه اندیشمندان مختلف ارائه شده است. با توجه و تعمق در مطالعات داخلی و خارجی در زمینه اهمیت کارآفرینی در حوزه گردشگری، تحقیقات بسیاری انجام گرفته است که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود. استینر و کلی‌یری (۲۰۱۴)، در تحقیقی در جنوب استرالیا به بررسی ادراک کارآفرینان از محیط روستا برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید پرداختند. نتایج نشان داد که عوامل اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی در درک کارآفرینان از ویژگی‌های موفقیت در یک کسب‌وکار از اهمیت برخوردار است (Steiner & Cleary, 2014: 2)

اسمیت (۲۰۰۲) بیان می‌کند که «مرکز کارآفرینی روستایی، نمایندگی ملی در کارآفرینی و مرکز کافمن برای کارآفرینی» (۲۰۰۲)، به این نکته اشاره دارند که:

حمل‌ونقل: یکی از جریان‌های ضروری درباره برنامه‌ریزی و توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، نقش وسایل موتوری برای سفر به داخل روستا یا اطراف آن است. هرچند در گردشگری روستایی، تنها تأثیرات جوی آلودگی هوا مورد نظر نیست؛ زیرا افزایش خودروهای شخصی و استفاده آن‌ها باعث رکود سیستم حمل‌ونقل در بسیاری از مناطق روستایی شده است. این امر نه تنها باعث می‌شود جابه‌جایی ساکنان روستایی که خودرو شخصی ندارند یا نمی‌خواهند از آن استفاده کنند کاهش یابد، بلکه دستیابی به روستا را نیز برای گردشگرانی که از خودرو شخصی استفاده نمی‌کنند، تقلیل می‌دهد (کریم‌زاده، ۱۳۸۹: ۳۴).

تبلیغات و اطلاع‌رسانی مطلوب: برای توسعه گردشگری هر منطقه لازم است از حداکثر تبلیغات ممکن و مناسب استفاده شود، تا به تثبیت و تداوم رابطه مطلوب بین گردشگر و مناطق گردشگری مورد نظر از جمله جاذبه‌های طبیعی، مصنوعی و فرهنگی و... کمک کرد (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۳: ۹۲).

پدیده شهرگریزی: ساکنان شهرها به دلایل متعدد از جمله یکنواختی فیزیکی و فضایی شهرها، فشارهای روحی و روانی و آلودگی‌های صوتی و زیست‌محیطی به گرفتن تصمیماتی در زمینه گذران اوقات فراغت در مناطق ساکت و آرام بخش روستایی وادار می‌شوند و برنامه‌ریزی در زمینه گردشگری به‌ویژه از طریق کارآفرینان از اولویت ویژه‌ای برخوردار می‌شود (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۳: ۹۲).

توسعه صنایع دستی در جوامع روستایی: صنایع روستایی با آن دسته از صنایعی که برای گردشگران جالب می‌نماید، یک همپوشانی در اقتصاد روستایی و اوقات فعالیت به‌ویژه در فصول بیکاری و توقف کشت و زرع ایجاد می‌کند. در چنین فرصتی کارآفرین با بازآفرینی چنین ظرفیت‌هایی افزون‌بر درآمدزایی به پایداری و پویایی میراث فرهنگی کمک می‌کند (کریم‌زاده، ۱۳۸۹: ۴۴).

از نظر وی سه منبع دارد: الف- منبع اجتماعی (مثل تاریخ و فرهنگ جامعه)؛ ب- منبع فیزیکی یا طبیعی (مانند ساخته‌های انسانی و محیط طبیعی (جنگل، خاک، منابع تجدیدشونده و...))؛ ج- منبع اقتصادی شامل ابزار سرمایه‌ای در ساخت محیط و سرمایه‌های مالی می‌شوند (Smith, 2002: 9).

کارآفرینی روستایی با ایجاد شبکه‌های اجتماعی، نهادهای مالی و فنی (سازمان‌های حمایت کارآفرینی) و فعالیت اقتصادی خوشه‌ها، افزایش قابل توجهی پیدا می‌کند (Smith, 2002: 555).

تحقیق رابرت بوتمن^۱ هم تأیید می‌کند که سرمایه اجتماعی، چگونه یک شرط ضروری برای دستیابی جوامع کوچک به حیات اقتصادی است. سرمایه اجتماعی

جدول ۱: عوامل مؤثر در به وجود آوردن فرصت‌های کارآفرینی در بخش گردشگری

ردیف	محقق	سال	معیار
۱	شین ^۱ و همکاران	۲۰۰۳	نوآوری‌های فنی، عوامل سیاسی، اجتماعی، اداری و تحولات کلان اقتصادی
۲	دراکر ^۲	۱۳۷۸	حوادث غیرمترقبه، تعارض و ناسازگاری بین انتظارها و واقعیت‌ها، نیازهای فرایندی، دانش جدید، تغییر در ساختار بازار و صنعت، تحولات جمعیتی، تغییر در علائق و سلیقه‌ها
۳	جنیفر بلاک ^۳ و همکاران	۲۰۰۹	قوانین مقررات، پایداری محیطی، ایمنی و امنیت، سلامت و بهداشت، اولویت سفر و گردشگری، زیرساخت‌های حمل‌ونقل هوایی، زیرساخت‌های حمل‌ونقل زمینی، زیرساخت‌های گردشگری، زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، قیمت‌های رقابتی در صنعت گردشگری، منابع انسانی، میل به سفر و گردشگری، منابع طبیعی، منابع فرهنگی

مأخذ: با اقتباس از رکن‌الدین افشاری و همکاران، ۱۳۹۳: ۹۴-۹۳؛ کریم‌زاده، ۱۳۸۹

آن را با چالش روبه‌رو می‌سازد. اثرات گردشگری از برابری روابط میان گردشگران و اشکال مختلف گردشگری با جامعه میزبان و محیط زیست مقصد گردشگری پدید می‌آید. یافته‌های حاصل از پژوهش بیانگر اثرات مثبت گردشگری در ابعاد «اقتصادی»، «محیطی (کالبدی-فضایی)»، و «اجتماعی»، همچنین اثرات منفی گردشگری به شرح ابعاد «محیط‌زیستی»، «اجتماعی و امنیتی» و «فرهنگی» است. نیک‌رفتار و نصرتی‌فر (۱۳۹۶) در پژوهشی با هدف شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در حوزه گردشگری روستایی، به شناخت امکان راه‌اندازی کسب‌وکارهای مرتبط با این حوزه پرداخته است. نتایج نشان داد در روستاهای استان البرز فرصت‌های کارآفرینی در راستای جاذبه‌های طبیعی و تفریحی در اولویت قرار دارد و بعد از آن گردشگری بومی و سوغات و صنایع دستی قرار دارد. همچنین اینک، راه‌اندازی جاده‌های طبیعت‌گردی و راه‌اندازی خانه‌های روستایی با جزئیات زندگی روستایی از مهم‌ترین فرصت‌های شناسایی شده در جهت راه‌اندازی کسب‌وکار در حوزه گردشگری روستایی است.

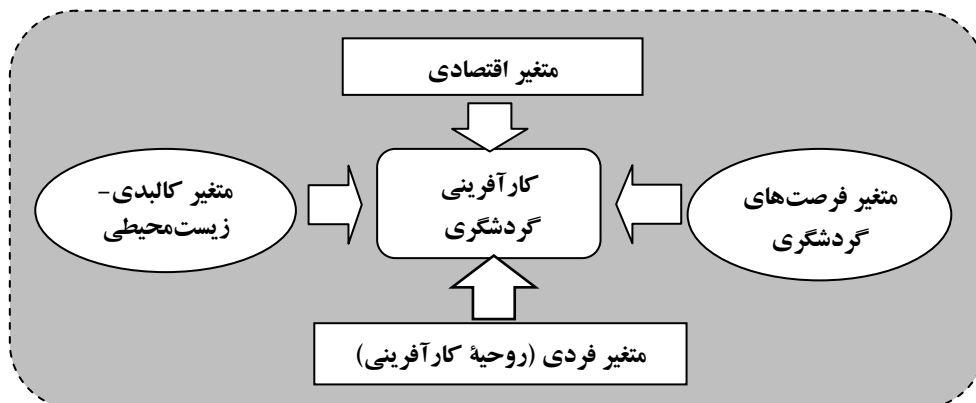
رستمی و احسانی‌فر (۱۳۹۷)، در مقاله‌ای دریافتند گروه‌های پشتیبان از طریق فرهنگ بالای مردم در پذیرش گردشگری روستایی و فرصت‌های اقلیمی و بسترهای مناسب از طریق نظارت مداوم و دوره‌ای بر اقامتگاه‌ها، هتل‌ها و اماکن بهداشت و دامپزشکی، مهم‌ترین پیشران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در استان کرمانشاه هستند. بیات و بدری (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «تحلیل ادراک ساکنان محلی از اثرات گردشگری روستایی شهرستان ملایر مورد: روستاهای حوضه آبریز رودخانه کلان» دریافتند، گردشگری روستایی به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین بخش‌های فعالیتی برای متنوع‌سازی و بازساخت مطلوب اقتصاد روستایی، مورد توجه اندیشمندان و برنامه‌ریزان توسعه روستایی است. تجربه‌های گوناگون جهانی نشان داده است که ضعف در برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه گردشگری روستایی، اثربخشی مطلوب

1. Shane
2. Dracker
3. Jennifer Blank

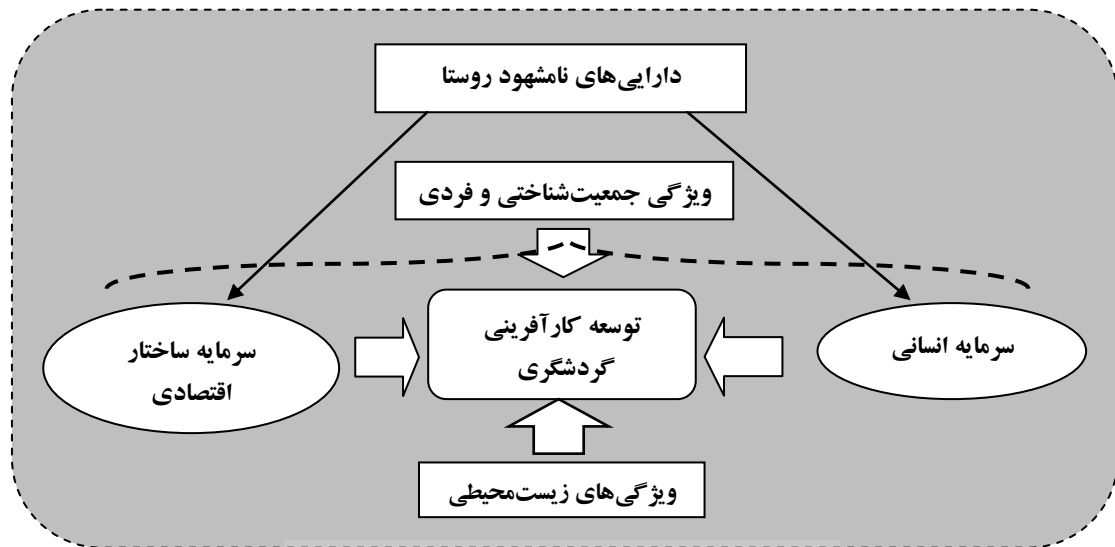
فردی و کارآفرینانه، بسترهای اجتماعی، فرصت‌های کارآفرینی گردشگری، نوآوری و خلاقیت، رشد و توسعه و سازگاری زیست‌محیطی مؤثر هستند. بیشترین اثر مربوط به فرصت‌های گردشگری و اکوتوریسم و کمترین اثر مربوط به زیرساخت‌های فیزیکی سبز است.

غنیان و همکاران (۱۳۹۰)، در مقاله‌ای با عنوان «ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی (مطالعه موردی: منطقه اورامان)» اذعان داشتند که گردشگری و کارآفرینی از جمله موضوعات نوپا در نوشتارهای علمی جهان محسوب می‌شوند. بدون شک تلفیق مناسب و دقیق گردشگری و کارآفرینی می‌تواند ضمن پاسخگویی به نیازهای روستاییان، متضمن گردش ایمن و مطلوب برای گردشگران باشد. نتایج نشان داد که بیشترین سطح مشارکت گردشگری را در منطقه، افراد دارای تحصیلات دانشگاهی داشته‌اند. یافته‌ها حاکی از آن بود که عواملی چون علاقه‌مندی به تأسیس بنگاه‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری، تأسیس و گسترش شبکه‌های تولیدی محلی بین صاحبان کسب‌وکار و وجود امنیت مناسب در سطح منطقه برای کارآفرینان و گردشگران از دیدگاه مردم محلی، در قیاس با دیگر عوامل مرتبط با فضای کارآفرینی، جایگاه و اهمیت بالاتری دارند (غنیان و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲۰-۹۹). شکل (۱) چارچوب نظری تحقیق و مبتنی بر متغیرهای تشکیل‌دهنده کارآفرینی گردشگری را نشان می‌دهد.

رکن‌الدین افتخاری و همکاران (۱۳۹۳) به بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی پرداختند. نتایج مطالعات آن‌ها نشان داد که مطالعه ادبیات توسعه و برنامه‌ریزی روستایی نشان می‌دهد که مردم و جوامع روستایی باید به صورت سازمان‌یافته و در چارچوب تشکلهای مدنی مشخص درآیند تا بتوانند از توانایی‌ها، استعدادها و خلاقیت‌های خویش به صورت مطلوب استفاده کرده و آن‌ها را مدیریت کنند که این مهم در قالب کارآفرینی بروز می‌کند. نظر به اینکه گردشگری به عنوان صنعتی روبه‌رشد که دائماً با تغییر تقاضای بازار روبه‌روست، بستری مناسب برای کارآفرینی به شمار می‌رود و فراهم کردن زمینه‌های مناسب برای توسعه کارآفرینی گردشگری در نواحی روستایی می‌تواند کمک مؤثری به توسعه گردشگری و توانمندسازی جوامع روستایی محسوب شود. نتایج نشان داد که از دیدگاه هر دو گروه مطالعاتی (مسئولان و کارآفرینان) عامل اقتصادی با میانگین، از اهمیت بیشتری در توسعه کارآفرینی گردشگری برخوردار است (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۷). طوسی و همکاران (۱۳۹۳) زمینه‌های فردی کارآفرینی، آشنایی افراد با مهارت‌های کسب‌وکار هر یک از افراد را برای تعیین سطح کارآفرینی به کار بردند. سنجاسی‌قیداری و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی نشان دادند که عوامل بسترساز و زمینه‌ساز کارآفرینی گردشگری روستایی ظرفیت‌های محیطی، ویژگی‌های



شکل ۱: چارچوب نظری تحقیق: متغیرهای تشکیل‌دهنده کارآفرینی گردشگری



شکل ۲: چارچوب مفهومی تحقیق تهیه و ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۸

در منطقه است (کوراتکو و هاجتس، ۱۳۸۷: ۲۶۰). اگر در منطقه‌ای فعالیت‌های کارآفرینی زیاد باشد، بدین معناست که آن منطقه قابلیت بازساخت فضایی و پذیرش شرکت‌های تجاری جدید را خواهد داشت.

روش تحقیق

این پژوهش، از نوع کاربردی است که به روش توصیفی-همبستگی و با فن پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری، کارآفرینان یا همان صاحبان کسب‌وکار میل و منبت نواحی روستایی بخش سامن شهرستان ملایر بودند (جدول ۲). از آنجایی که تعداد کارآفرینان روستایی این ناحیه محدود بود، به‌منظور بالاترشدن دقت تحقیق، روش نمونه‌گیری به صورت سرشماری انجام گرفت. فعالیت‌های کارآفرینانه در سطح دهستان براساس تفاوت در سن کارآفرینان، سطح تحصیلات، درآمد، سابقه فعالیت کارگاه‌ها و... استفاده شد. اگر در منطقه‌ای فعالیت‌های کارآفرینی زیاد باشد، بدین معناست که آن منطقه قابلیت بازساخت فضایی و پذیرش شرکت‌های تجاری جدید را خواهد داشت.

شکل (۲) بیانگر چارچوب مفهومی تحقیق است که در راستای هدف مقاله «تحلیل قابلیت بازساخت فضایی کارآفرینی گردشگری در توسعه نواحی روستایی» و با توجه به یافته‌های نظری و پیشین پژوهی بر مبنای اندازه‌گیری دارایی‌های نامشهود روستا (سرمایه انسانی و جمعیتی و سرمایه ساختاری: اقتصادی و زیست‌محیطی) به ارزیابی محیط محلی و تعیین قابلیت فضای حاکم به‌منظور اندازه‌گیری میزان پویایی و قابلیت کارآفرینی گردشگری در رشد و توسعه اقتصادی ناحیه طراحی شده است؛ به‌عبارت‌دیگر، آنچه در این مقاله مورد تأکید است، قابلیت بازساخت فضایی کارآفرینی گردشگری در رشد و توسعه فضاهایی روستایی و قابلیت تبدیل‌شدن آن‌ها به شرکت‌های تجاری و سکونتگاه‌های بزرگ‌تر اقتصادی است که در کمتر تحقیقی به آن توجه شده است؛ به‌بیان‌دیگر، در پژوهش‌های مکانی مطابق با دیدگاه صاحب‌نظران اجتماعی (دیدگاه میکرو)، ارزیابی محیط محلی در موفقیت یک شرکت کارآفرینانه، به اندازه ارزیابی اقتصادی و صنعتی اهمیت دارد. یکی از ویژگی‌های مطالعات جمعیت‌شناختی در پژوهش‌های مکانی کمک به محاسبه میزان فعالیت‌های کارآفرینی

جدول ۲: دهستان و روستاهای بخش سامن شهرستان ملایر به تفکیک مرد و زن و تعداد خانوار

بخش	نام دهستان	تعداد روستا	جمعیت کل	تعداد مرد	تعداد زن	تعداد خانوار
سامن	آورزمان	۱۳	۵۶۶۷	۲۸۵۰	۲۸۱۷	۱۸۴۴
	حرم رود سفلی	۱۹	۸۴۶۰	۴۲۴۹	۴۲۱۱	۲۷۲۸
	سامن	۲۱	۵۳۹۶	۲۷۱۱	۲۶۸۵	۱۷۵۹
	سفیدکوه	۱۰	۴۶۸۹	۲۴۰۱	۲۲۸۸	۱۴۵۰
	کل بخش	۶۳	۲۸۰۸۵	۱۴۱۰۰	۱۹۹۸۵	۹۰۴۹
			جمعیت روستایی=۲۷۹۱۲		جمعیت شهری=۱۱۷۴۹	

مأخذ: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵

جدول ۳: خلاصه اطلاعات مکانی و نام کارگاه‌های فعال کارآفرینی گردشگری روستایی شهرستان ملایر

ردیف	نام کارگاه	نام روستا	نام دهستان	نام شهر	نام بخش
۱	امیرحسین	دهنوآورزمان	حرم رود سفلی	ملایر	ملایر
۲	منبت کاری آرد	دهنو	دهنوآورزمان		
۳	ایران	دهنوآورزمان	حرم رود سفلی		
۴	ایرانیان	دهنو	دهنوآورزمان		
۵	خلیج فارس	دهنو	دهنوآورزمان		
۶	میلان عبدالملکی	دهنوآورزمان	حرم رود سفلی		
۷	منبت کاری	دهنو	دهنوآورزمان		
۸	نمایشگاه مبل	دهنو	دهنوآورزمان		
۹	نیکو	دهنوآورزمان	حرم رود سفلی		
۱۰	مبل پارسین	دهنوآورزمان	حرم رود سفلی		
۱۱	پرنس	دهنوآورزمان	حرم رود سفلی		
۱۲	روزبهانی	دهنوآورزمان	حرم رود سفلی		
۱۳	شقایق	دهنوآورزمان	حرم رود سفلی		
۱۴	مبل جهان	دهنوآورزمان	حرم رود سفلی		
۱۵	مبل جهانی	دهنو	دهنوآورزمان		
۱۶	بدون نام (۲۹ مورد)	دهنو	دهنوآورزمان		
۱۷	بدون نام (۵۶ مورد)	دهنوآورزمان	حرم رود سفلی		
۱۸	۶۳	دهنوآورزمان	حرم رود سفلی		
۱۹	۳۷	دهنو	دهنوآورزمان		

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸

جدول ۴: مؤلفه‌ها، متغیرها و گویه‌های مورد سنجش در کارآفرینی گردشگری روستایی

مؤلفه‌ها	متغیرها	گویه‌ها	منبع
مؤلفه فردی (روحیه کارآفرینی)	خلاقیت و نوآوری	استفاده از نهاده‌ها و تکنولوژی‌های جدید در مراحل مختلف تولید، توزیع، فروش و بازرایی محصولات روستایی، انگیزه زیاد نوخواهی و روزآمدشدن در انجام فعالیت‌ها، تولید ابزارهای دسترسی برای تسهیل فعالیت در کارها، تنوع‌بخشی به محصولات و مشاغل روستایی	آزمون‌های استانداردشده ^۱ خلاقیت تورنس ^۱
	توفیق طلبی	انگیزه‌یافتن منابع جدید در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در روستا، انجام برنامه‌ریزی پیش از اقدام به هر کاری، حفظ روحیه امیدواری و پشتکار در مواجهه با ناکامی‌ها، خوش‌بینی به نتایج فعالیت‌های جدید و نوآورانه	آزمون‌های استانداردشده ^۲ انگیزه پیشرفت باهارگاو ^۲
	ریسک‌پذیری	داشتن جسارت لازم در جهت شروع یک فعالیت جدید و نوآورانه، ایجاد تغییرات یا اصلاحات در انجام کارهای عادی و اقتصادی، اقدام به تصمیم‌گیری سریع در طی انجام امور مختلف شغلی، توجه به پیش‌بینی پیامدهای هر کاری قبل از اقدام به آن	آزمون‌های استانداردشده ^۳ ریسک‌پذیری هانس ^۳
	استقلال طلبی	داشتن استقلال کامل در تصمیم‌گیری‌ها و فعالیت‌های اقتصادی، اعتمادبه‌نفس و خوداتکایی در فعالیت‌های روستایی، میزان علاقه به خوداشتغالی در فضای روستایی، توجه به مسئولیت‌پذیری در انجام فعالیت‌های اقتصادی	آزمون‌های استانداردشده ^۴ استقلال طلبی هیسریچ ^۴
مؤلفه فرصت‌های گردشگری	آینده‌نگری	انگیزه تغییر در کیفیت زندگی و توجه به آینده خانواده و فرزندان، توجه به تغییرات زندگی در روستاهای اطراف و محیط شهری، توجه به رفع محدودیت‌های استفاده از منابع محیط روستایی، داشتن برنامه‌ریزی مناسب در تشکیل‌های جدید کارآفرینی آینده	محقق ساخته (از طریق مروری بر پیشینه پژوهش)
	قدرت تحمل ابهام	قدرت رویایی با حوادث غیرمترقبه (مثل تغییرات نرخ ارز)، قدرت رویایی با ناسازگاری‌های بین انتظارات و واقعیت‌ها، قدرت مواجهه با تغییر در ساختار بازار و صنعت، قدرت رویایی با تحولات جمعیتی در منطقه، قدرت مواجهه با تغییرات در علائق و سلیقه‌های مشتریان	
	فرصت‌های اقامتی	هتل تک‌ستاره و بالاتر، مهمان‌پذیر تک‌ستاره و بالاتر، هتل آپارتمان، باغ و خانه (ویلا) اجاره‌ای	
	فرصت‌های پذیرایی	رستوران درجه ۱، ۲ و ۳، رستوران غذاهای محلی، فست‌فود، کافی‌شاپ، قهوه‌خانه و چایخانه	
	فرصت‌های عمومی	بنگاه معاملات ملکی، کافی‌نت، تعمیرگاه خودرو، کارواش، دفتر خدمات ارتباطی روستایی، دفاتر بیمه در روستا، بیمارستان/کلینیک تخصصی، داروخانه/آزمایشگاه تخصصی	
	فرصت‌های تجاری	کارگاه‌ها و فروشگاه‌های مبل و صنایع دستی، مراکز خرید و بازارچه‌های مبل و صنایع دستی در روستا، جشنواره‌های محصولات روستایی (مبل و منبت و...)، نمایشگاه‌های دائمی مبل و صنایع دستی، نمایشگاه‌های موقت مبل و صنایع دستی	
	فرصت‌های حمل‌ونقل	دفاتر آژانس‌های مسافرتی و تورگردانی فعال در روستا، مؤسسه کرایه اتومبیل، موتور و دوچرخه، دفاتر تاکسی تلفنی گردشگری، توقفگاه‌های درون و بیرون از روستا	
	فرصت‌های فرهنگی	کیوسک‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری (بروشور)، نمایشگاه فرهنگی - هنری (محصولات مرتبط با آداب و رسوم و موسیقی محلی و سنتی روستایی)	
فرصت‌های سیاحتی	پارک‌های تفریحی و موضوعی، مجتمع‌های فرهنگی، هنری و تفریحی، تعداد باغ‌ها و مراکز گذراندن اوقات فراغت، تعداد جاذبه‌های طبیعی و آثار تاریخی و باستانی		
مؤلفه اقتصادی	اقتصادی	ایجاد اشتغال برای ساکنان و جوانان روستا در زمینه گردشگری، افزایش درآمد ساکنان، تنوع فعالیت‌های اقتصادی، ایجاد یا توسعه بازارهای محلی، افزایش قدرت خرید و ارتقای سطح زندگی مردم، تنوع محصولات داخلی روستا، افزایش قیمت کالاها و اجناس محلی، فروش اراضی به گردشگران، افزایش عرضه محصولات با کیفیت بالاتر به علت افزایش رقابت در تولیدات منطقه، برگزاری همایش‌ها (نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های) مرتبط با گردشگری در منطقه، افزایش وسعت استفاده از کسب‌وکارهای اینترنتی در منطقه	

1. Torence
2. Bahargava
3. Hans
4. Hisreach

ادامه جدول ۴

منبع	گروه‌ها	متغیرها	مؤلفه‌ها
محقق ساخته از طریق مروری بر پیشینه پژوهش	شناساندن ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی روستا، تعلق مکانی و افزایش علاقه و دلبستگی به زادگاه در افراد محلی، آمادگی جامعه محلی برای پذیرش فعالیت‌های جدید، افزایش تمایل روستاییان به پذیرش گردشگران در محیط روستا، افزایش مشارکت جمعی در کارهای خدماتی مرتبط با گردشگران، بالاتر رفتن سطح آگاهی فرهنگی روستاییان، افزایش هنرهای سنتی و صنایع دستی در منطقه، بهبود وضعیت آموزش افراد فعال در بخش گردشگری در زمینه کارآفرینی، افزایش مشارکت روستاییان در خصوص ارائه خدمات اقامتی به گردشگران، گسترش روابط بیرونی روستا با نواحی همجوار، احیای سنت‌های محلی، تغییر نوع لباس و پوشش در بین ساکنان، گسترش ناهنجاری‌های (اعتیاد، انجام منکرات و...) بین جوانان روستا	اجتماعی	مؤلفه اجتماعی
	گسترش خدمات زیربنایی روستا (آب، برق، گاز، تلفن و اینترنت)، افزایش ارزش زمین و مسکن، کاهش مهاجرت روستاییان یا بازگشت مهاجران به روستا، افزایش ساخت‌وساز و ویلاسازی در روستا، افزایش ساخت‌وساز اقامتگاه‌های گردشگری (هتل، مهمانسرا و...)، بهبود وضعیت معیار داخلی و راه‌های ارتباطی (کیفیت جاده‌ها)، دسترسی به وسایل حمل‌ونقل مناسب برای رفتن به شهر (دسترسی ارتباطی)، بهبود وضعیت بهداشت عمومی و فردی در روستا، دسترسی به آب آشامیدنی سالم در روستا، دسترسی به مراکز بهداشت با امکانات بیشتر و بهتر، دسترسی به بانک‌های مختلف در منطقه، دسترسی به ICT روستایی، دسترسی به مراکز آموزشی و مشاوره‌ای، دسترسی به کلاس‌های ترویجی و توصیه‌های فنی کارشناسان جهاد کشاورزی، حمایت سازمان‌های دولتی از مشاغل روستایی از طریق سرمایه‌گذاری، دسترسی به سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در توسعه کارآفرینی روستایی، دسترسی به نیروی انسانی ماهر (باسواد و باتجربه) در خانواده (دسترسی به سرمایه)، دسترسی به ماشین‌آلات و ابزار مناسب در روستا (دسترسی به سرمایه)، توجه بیشتر نیروی انتظامی به برقراری امنیت در روستا، بهبود بافت و الگوی معماری مسکن، فروش اراضی به گردشگران، مقاوم‌شدن خانه‌ها و استفاده از مصالح استاندارد، توجه و همکاری مردم به زیباسازی روستا	کالبدی- فیزیکی	مؤلفه فیزیکی
	از بین رفتن منابع طبیعی روستا (زمین، چشمه، رودخانه، سراب، پوشش جنگلی و مرتع)، حضور گردشگران سبب تخریب باغات میوه شده، تخریب منابع آب و خاک، توجه بیشتر روستاییان به حفظ محیط، از بین رفتن گونه‌های گیاهی و جانوری در روستا، افزایش جاذبه‌های طبیعی و مصنوعی منطقه، افزایش آلودگی منابع آب، هوا و صوتی	زیست‌محیطی	زیست‌محیطی

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸

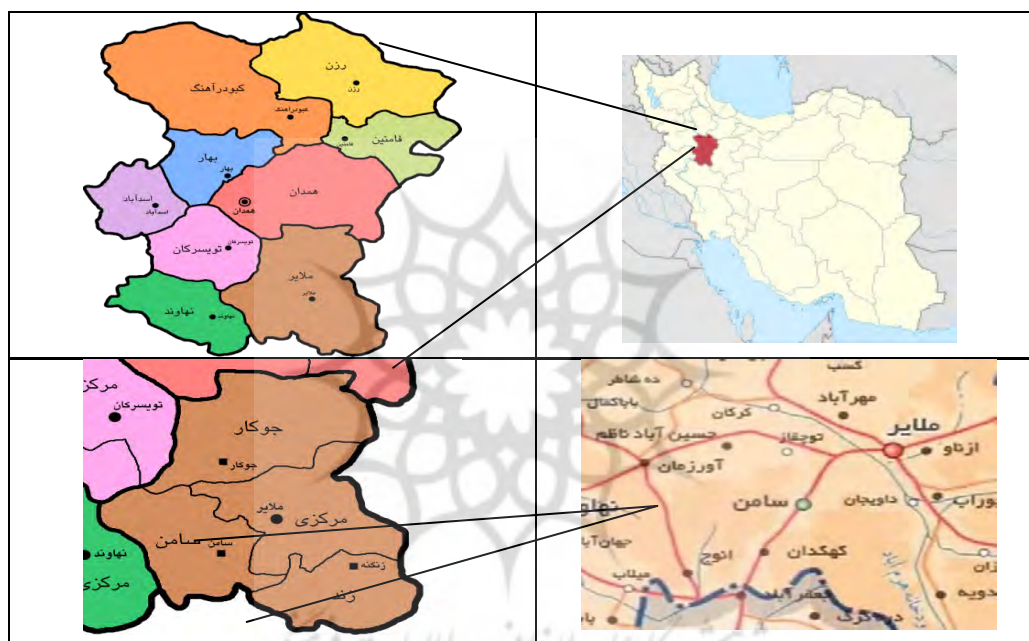
معرفی محدوده مورد مطالعه

شهرستان ملایر با وسعتی معادل ۳۴۱۰ کیلومتر مربع در جنوب‌شرقی استان همدان با مرکزیت شهر ملایر واقع شده است. این شهرستان از شمال به شهرستان‌های همدان و توپسرکان، از غرب به شهرستان نهاوند در استان همدان محدود است. همچنین این شهرستان از جنوب به شهرستان بروجرد در استان لرستان و از شرق به شهرستان اراک در استان مرکزی محدود می‌شود. این شهرستان متشکل از ۶ شهر (ملایر، سامن، ازندریان، جوکار، زنگنه، اسلام‌شهر آق‌گل)، ۴ بخش (مرکزی، سامن، جوکار و زند) و ۱۵ دهستان و ۲۲۰ روستای دارای سکنه حدود ۲۸۸۰۰۰ نفر را در خود جای داده است که بیش از ۱۸۱۰۰۰ نفر آن در شهر ملایر سکونت دارند. وسعت شهرستان نسبت به کل استان ۴۷/۱۶ درصد، سهم جمعیتی آن نسبت به جمعیت استان ۷۰/۱۷ درصد و

تراکم نسبی جمعیت در این شهرستان ۵/۹۲ نفر در کیلومتر مربع است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵) (شکل ۳). ملایر دارای طبیعت معتدل کوهستانی با زمستان‌های سرد و پربرف و تابستان‌های معتدل است. وجود روستاها و زمین‌های وسیع کشاورزی و باغ‌های حاصلخیز انگور، همچنین گستردگی صنعت مبلمان و منبت در توسعه آن مؤثر بوده‌اند. از جمله آثار دیدنی در ملایر می‌توان به پارک سیفیه، یخچال میرفتاح، شهر زیرزمینی دوره اشکانیان، موزه خانه لطفعلیان، پروژه در دست احداث مینی ورد، بام ملایر و دریاچه کوثر اشاره کرد. ملایر در اردیبهشت ۱۳۹۶ به‌عنوان پایتخت و شهر ملی مبل و منبت و در سال ۱۳۹۷ از سوی سازمان جهانی فائو (سازمان کشاورزی، خوار و بار ملل متحد) به‌عنوان شهر جهانی انگور انتخاب شد (خبرگزاری جمهوری اسلامی، ۱۳۹۸). هم‌اکنون در ملایر بیش از ۷۰ درصد منبت کشور در ۶۰۰۰ کارگاه سطح شهرستان

مذکور در روستاهای دهنو آورزمان، حسین آباد شاملو و بخش جوکار از توابع ملایر نیز به تولید این صنعت می‌پردازند که البته در این بین، روستای آورزمان شهرتی یافته که همه کشور این روستا را به‌عنوان روستایی نمونه در صنعت مبیل و منبت می‌شناسند؛ به‌طوری‌که فقط ۶۳ درصد مبیل و منبت کشور در شهرستان ملایر و به‌ویژه در کارگاه‌های مبیل و منبت این روستا تولید می‌شود (ویکی‌پدیا، ۱۳۹۷).

تولید می‌شود که زمینه اشتغال بیش از ۲۰۰۰۰ نفر را در این شهرستان فراهم کرده است. ملایر دارای ۲۶۸ واحد صنعتی فعال، شهرک‌های صنعتی شوشاب، سهند، شهرک مبیل و منبت، منطقه ویژه اقتصادی سامن و با داشتن سد کلان، بزرگ‌ترین سد آبی استان همدان است. تولید انواع صنایع دستی چوبی مانند: خراطی، ظرفیت‌کاری، منبت‌کاری از دیرباز در ملایر رواج داشته است. در سال‌های اخیر علاوه بر شهرهای



شکل ۳: نقشه تقسیمات سیاسی استان همدان به تفکیک شهرستان ملایر و بخش سامن

تهیه و ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۸

دسته‌بندی این نمره در طبقاتی که نشان‌دهنده سطوح فضای کارآفرینی گردشگری روستایی باشد، براساس فاصله انحراف معیار از میانگین یا معیار ISDM^۱ به شرح زیر عمل شده است. توزیع فراوانی کارآفرینان گردشگری که در سه گروه دارای دیدگاه مطلوب، نسبتاً مطلوب و نامطلوب در خصوص فضای کارآفرینی گردشگری روستایی بودند، در جدول (۴) آورده شده است.

یافته‌های تحقیق

بررسی وضعیت موجود کارآفرینی گردشگری در نواحی روستایی بخش سامن شهرستان ملایر وضعیت کارآفرینی گردشگری روستایی در نواحی روستایی شهرستان ملایر با بهره‌گیری از پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۱۱۳ گویه سنجیده شده است. هر یک از گویه‌ها در برگزیده ارزش‌های صفر تا پنج بوده‌اند. برای به‌دست‌آوردن نمره کارآفرینی گردشگری جمع گویه‌های مربوط به‌دست آمده است، آنگاه به‌منظور

1. Interval of Standard Deviation From Mean (ISDM)

انحراف معیار - میانگین < نمره حاصله: فضای کارآفرینی نامطلوب

انحراف معیار + میانگین ≤ نمره حاصله ≤ انحراف معیار - میانگین: فضای کارآفرینی نسبتاً مطلوب

انحراف معیار + میانگین > نمره حاصله: فضای کارآفرینی مطلوب

وضعیتی نسبتاً مطلوب، (۳ درصد نامطلوب و ۷ درصد مطلوب) بوده و سطح رشد فعالیت‌های اقتصادی کارآفرینی گردشگری را در منطقه منجر شده است (شکل ۴).

همان‌طور که در جدول (۴) مشاهده می‌شود، صاحبان کسب و کار اذعان داشته‌اند که وضعیت کارآفرینی گردشگری (میل و مثبت) در ۹۰ درصد از نواحی روستایی بخش سامن شهرستان ملایر دارای

جدول ۴: توزیع فراوانی وضعیت فضای کارآفرینی گردشگری روستایی بخش سامن شهرستان ملایر

درصد	فراوانی	وضعیت فضای کارآفرینی گردشگری روستایی منطقه	
۳	۳	فضای کارآفرینی گردشگری نامطلوب	
۹۰	۹۰	فضای کارآفرینی گردشگری نسبتاً مطلوب	
۷	۷	فضای کارآفرینی گردشگری مطلوب	
کمینه: ۱۶۰		انحراف معیار: ۸۶۲/۷۸۰	میانگین: ۶۶۸/۷۹
جمع گویه‌ها: ۶۶۸۷۹		واریانس: ۷۴۴۳۹۰/۶۵۲	میانه: ۶۶۸/۷۹
		بیشینه: ۶۲۱۷	نما: ۲۴۹

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸



شکل ۴: توزیع فراوانی وضعیت فضای کارآفرینی گردشگری روستایی بخش سامن شهرستان ملایر

تهیه و ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۸

ارزیابی اقتصادی و صنعتی اهمیت دارد. یکی از ویژگی‌های مطالعات جمعیت‌شناختی در پژوهش‌های مکانی، کمک به محاسبه میزان فعالیت‌های کارآفرینی در منطقه است (کورتکو و هاجتس، ۱۳۸۷: ۲۶۰). اگر در منطقه‌ای فعالیت‌های کارآفرینی زیاد باشد، بدین

محاسبه میزان فعالیت‌های کارآفرینی در نواحی

روستایی بخش سامن شهرستان ملایر

در پژوهش‌های مکانی مطابق با دیدگاه صاحب‌نظران اجتماعی (دیدگاه میکرو)، ارزیابی محیط محلی در موفقیت یک شرکت کارآفرینانه، به اندازه

حیطه فعالیت آنان، اندازه شرکت، میزان ارتباط آنان با بانک‌های محلی (گرفتن وام)، محاسبه و مقایسه شود (مرادی، ۱۳۹۵: ۳۱۸).

معناست که آن منطقه قابلیت بازساخت فضایی و پذیرش شرکت‌های تجاری جدید را خواهد داشت. بدین‌سان، برای دستیابی به این هدف باید تعداد کارآفرینان موجود در هر منطقه، نوع شرکت‌ها و

جدول ۵: میزان فعالیت کارآفرینی در دو دهستان بخش سامن شهرستان ملایر

توضیحات	درصد	فراوانی	مقولات	جنبه‌های اجتماعی		
*	۶۳	۶۳	دهستان حرم‌رود سفلی	تعداد صاحبان کسب‌وکار (۱۰۰ نفر)	اهمیت‌شناسی جامعه	
*	۳۷	۳۷	دهستان دهنوآورزمان			
نزدیک به ۸۰ درصد، تحصیلات دانشگاهی ندارند	۳	۳	بی‌سواد	سطح تحصیلات		
	۳۴	۳۴	زیر دیپلم			
	۴۱	۴۱	دیپلم			
	۱۳	۱۳	فوق دیپلم			
۲۰ درصد، تحصیلات دانشگاهی دارند	۷	۷	لیسانس			
	۵۲ درصد شرکت‌ها، با کمتر از ۵ تا ۱۰ (شرکت نوپا و پرریسک) ریسک کمتر) بیشتر از ۱۰ سال (شرکت‌های بالغ با ریسک خیلی کمتر)	۲۹	۲۹	ریسک کمتر		سابقه فعالیت کارآفرینی موفقیت‌آمیز
		۱۳	۱۳	ریسک بیشتر		
اندازه اکثر شرکت‌های تأسیس‌شده، از نوع خرد، نوپا و کوچک است	۷۰	۷۰	کسب‌وکار خرد	اندازه شرکت		
	۲۴	۲۴	کسب‌وکار کوچک			
	-	-	کسب‌وکار متوسط			
	-	-	کسب‌وکار بزرگ			
فقط ۴۱ درصد از تسهیلات بانکی	۴۱	۴۱	وام گرفتن	استفاده از وام و تسهیلات بانکی		
	۵۹	۵۹	وام نگرفتن			
توزیع درآمد پایین	۵۴/۰	۵۴	کم (کمتر از ۲ میلیون)	توزیع درآمد (میلیون تومان)		
	۳۱/۰	۳۱	متوسط (۲-۵ میلیون)			
	۹/۰	۹	زیاد (۵ میلیون و بالاتر)			
*	۰	۰	بسیار پایین	تمایل به خرید مردم از محصولات کارآفرینی		
	۲	۲	پایین			
	۳	۳	متوسط			
	۳۵	۳۵	بالا			
	۶۰	۶۰	بسیار بالا			
جمع ۱۰۰ نفر				جمع پاسخگویان		

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸

از این‌رو، به‌منظور محاسبه میزان فعالیت کارآفرینی در بخش سامن شهرستان ملایر، تعداد کارآفرینان موجود در هر منطقه، میانگین سطح تحصیلات، نوع شرکت‌ها، سابقه فعالیت آنان، اندازه شرکت، میزان ارتباط آنان با بانک‌های محلی (گرفتن وام)، توزیع درآمد کارآفرینان و میزان تمایل به خرید مردم روستا

همچنین کوراتکو و هاجتس (۱۳۸۷)، اظهار می‌دارند که دامنه فرصت‌ها برای یک کارآفرین در بعضی قسمت‌ها ممکن است با مبنای اقتصادی آن منطقه مشخص شود. این مبنا دربرگیرنده ماهیت اشتغال است که بر وسعت و توزیع درآمد کارآفرینان (تمایل خرید مشتریان در منطقه) تأثیر می‌گذارد؛

وام‌های بانکی و کمک‌های دولتی و بخش خصوصی استفاده نکرده بودند.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده می‌توان گفت، میزان فعالیت‌های کارآفرینی در بخش سامن شهرستان ملایر قابلیت بازساخت فضایی کارآفرینی از طریق دریافت بودجه و حمایت‌های مالی بیشتر و سرمایه‌گذاری از سوی دولت و بخش‌های خصوصی و افزایش تولید و به تبع آن درآمد بیشتر و اشتغال بیشتر وجود دارد.

بررسی متغیرهای مؤثر بر بازساخت فضایی کارآفرینی گردشگری در نواحی روستایی

در ادامه برای بررسی و تعیین تفاوت بین برخی از متغیرهای مؤثر بر بازساخت فضایی کارآفرینی گردشگری در نواحی روستایی بخش سامن شهرستان ملایر، از آزمون مقایسه میانگین (تحلیل واریانس و آزمون t) استفاده شد. مطابق با نتایج جداول (۶ و ۷) بین ادراک کارآفرینان گردشگری روستایی از عوامل مؤثر بر بازساخت فضایی کارآفرینی گردشگری فقط سطح تحصیلات صاحبان کسب‌وکار تفاوت معنی‌داری در سطح یک درصد خطا (۹۹ درصد اطمینان) وجود دارد. در بقیه متغیرها (گروه‌های سنی مختلف، سطوح درآمدی مختلف، سابقه فعالیت، اندازه کارگاه‌ها، استفاده از وام بانک‌ها، شرکت در کلاس‌های آموزش کارآفرینی، استفاده کردن یا نکردن از سیستم خدمات توزیعی در بازاریابی محصولات، داشتن وبسایت و تبلیغات اینترنتی، دسترسی به رایانه و اینترنت) تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد.

در دو دهستان مورد مطالعه بخش سامن محاسبه و مقایسه شد. جدول (۵) اطلاعات بالا را برای دو دهستان بخش سامن شهرستان ملایر نشان می‌دهد. سپس با استفاده از آزمون تحلیل واریانس، تفاوت معنی‌داری فعالیت‌های کارآفرینانه در سطح شهرستان براساس تفاوت در سن کارآفرینان، سطح تحصیلات، سابقه فعالیت، اندازه شرکت و سطح درآمد بیان می‌شود. نتایج جدول (۵) نشان می‌دهد، بخش سامن (دهستان‌های حرم‌رود سفلی و دهنو آورزمان) به‌علت نزدیکی به مرکز شهرستان ملایر (۳۰-۲۵ کیلومتر) و با دارا بودن انگیزه و ویژگی‌های شخصیتی همچون نگاه بهبودیاب، حس فرصت‌طلبی و توفیق‌طلبی و دست‌یافتن به پیشرفت اقتصادی و ثروت فردی با توجه به به‌کارگیری منابع و امکانات روستا، بیشترین بهبود را در زمینه اشتغال و تغییر و تحول صنعتی در روستا ایجاد کنند. ۲۰ درصد از صاحبان کسب‌وکار کارآفرینی (سرمایه انسانی) این ناحیه تحصیلات دانشگاهی دارند، عمده دامنه فعالیت‌های کارآفرینی این ناحیه صنعت مبل و منبت است و رشد کسب‌وکارهای صنعتی به‌خوبی در این ناحیه دیده شد؛ از این‌رو می‌توان گفت بخش سامن، قابلیت تشکیل خوشه‌های کسب‌وکار صنعتی با مزیت رقابتی و ظرفیت اشتغال‌زایی را دارد. رشد ۷۰ درصدی کسب‌وکارهای خرد و کوچک بر توسعه‌یافتگی نواحی روستایی در بخش سامن تأثیرگذار بوده است. میانگین درآمد کارآفرینان کمتر از ۲ میلیون تومان (پایین) و تمایل به خرید محصولات کارآفرینان از سوی مردم روستا در حد بسیار بالا ارزیابی شد. ۵۹ درصد آنان از

جدول ۶: نتایج آزمون مقایسه میانگین (تحلیل واریانس) برخی از عوامل مؤثر بر بازساخت فضایی کارآفرینی گردشگری

متغیر گروه‌بندی	سطح	میانگین	انحراف معیار	متغیر وابسته	آزمون F	P (میزان معنی‌داری)	
۱ سن	جوان (کمتر از ۳۰)	۷۷۶/۱۱	۹۱۷/۷۰۱	کارآفرینی گردشگری روستایی	۱/۲۴۶	۰/۲۹۲	
	میان‌سال (۳۰-۵۰)	۵۶۴/۷۵	۶۵۲/۱۵۹				
	مسن (بیشتر از ۵۰)	۹۳۸/۵۸	۱۶۶۴/۲۰۱				
۲ سطح تحصیلات	زیردیپلم	۶۳۳/۳۸	۶۸۵/۱۴۰		**	۷/۰۹۰	۰/۰۰۰
	دیپلم و فوق‌دیپلم	۵۵۱/۴۶	۴۷۷/۲۰۳				
	کارشناسی و بالاتر	۷۲۲/۸۵	۹۱۶/۹۴۶				
۳ سطح درآمد	کم (کمتر از ۲ میلیون)	۷۷۲/۵۷	۱۱۰۸/۴۴۵		۰/۵۷۹	۰/۷۲۲	
	متوسط (۲-۵ میلیون)	۶۲۷/۷۴	۴۶۱/۷۴۵				
	زیاد (۵ میلیون و بالاتر)	۵۰۶/۳۸	۲۶/۴۱۴				
۴ سابقه فعالیت کارگاه (سال)	کمتر از ۵ (شرکت نوپا و پرریسک)	۸۰۱/۱۹	۱۵۴/۱۱۳		۰/۲۷۸	۱/۳۰۲	
	بین ۵ تا ۱۰ (شرکت در حال رشد با ریسک کمتر)	۵۰۹/۹۷	۱۴۷/۲۷۹				
	بیش از ۱۰ (شرکت‌های بالغ با ریسک خیلی کمتر)	۷۰۱/۹۲	۷۷۵/۴۸۳				

**، معنی‌داری در سطح ۱ درصد خطا (مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸)

جدول ۷: نتایج آزمون مقایسه میانگین (t) برخی از عوامل مؤثر بر بازساخت فضایی کارآفرینی گردشگری

متغیر گروه‌بندی	سطح	میانگین	انحراف معیار	متغیر وابسته	آزمون t	P (میزان معنی‌داری)
۱ اندازه شرکت	کسب‌وکار خرد	۱۲۳۷/۷۱	۱۶۷۱/۱۵۲	کارآفرینی گردشگری روستایی	۰/۸۲۷	۰/۲۱۹
	کسب‌وکار کوچک	۱۰۳۵/۶۷	۱۹۴۸/۰۴۷			
۲ گرفتن وام بانکی	وام گرفته‌ام	۷۳۴/۹۳	۸۷۶/۶۰۶		۰/۵۲۶	۰/۶۳۵
	وام نگرفته‌ام	۶۲۲/۸۳	۸۵۷/۵۵۴			
۳ شرکت در کلاس‌های آموزشی کارآفرینی	شرکت کرده‌ام	۶۳۴/۵۷	۶۵۲/۵۴۹		۰/۶۶۲	-۰/۴۳۶
	شرکت نکرده‌ام	۷۱۰/۸۴	۱۰۳۹/۳۱۱			
۴ استفاده از وبسایت و تبلیغات اینترنتی	استفاده می‌کنم	۵۴۴/۹۵	۵۸۸/۹۶۳		۰/۲۱۳	-۱/۱۲۰
	استفاده نمی‌کنم	۷۵۲/۹۱	۱۰۲۵/۹۲۳			
۵ استفاده از سیستم خدمات توزیعی در بازار	کانال توزیع دارم	۶۲۷/۳۹	۶۰۷/۷۷۱		۰/۴۸۶	-۰/۶۸۰
	کانال توزیع ندارم	۷۵۷/۳۶	۱۱۳۰/۳۸۰			
۶ دسترسی به رایانه و اینترنت	دسترسی دارم	۶۲۳/۸۸	۷۰۵/۴۷۵		۰/۴۳۹	۰/۲۷۶
	دسترسی ندارم	۵۴۴/۰۸	۲۴۴/۹۵۸			

**، معنی‌داری در سطح ۱ درصد خطا (مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸)

نتیجه

نتایج بررسی وضعیت موجود کارآفرینی گردشگری در نواحی روستایی بخش سامن شهرستان ملایر نشان داد، به گفته صاحبان کسب و کار، وضعیت کارآفرینی گردشگری (مبل و منبت) در ۹۰ درصد از نواحی روستایی بخش سامن شهرستان ملایر دارای وضعیتی نسبتاً مطلوب، (۳ درصد نامطلوب و ۷ درصد مطلوب) بوده و سطح رشد فعالیت‌های اقتصادی کارآفرینی گردشگری را در منطقه منجر شده است. این بدان معناست که کارآفرینان توانسته‌اند به‌عنوان یک حلقه گمشده در مکان‌های جغرافیایی با توجه به نیازهای اقتصادی منطقه و کنش‌های نوآورانه خود، به انتظام بخشی فضای اقتصادی روستاها کمک کنند و در راستای بازساخت فضایی بنیان‌های کارآفرینی گردشگری در منطقه و افزایش جریان‌های فضایی ثروت، جمعیت، تولید، توزیع و مصرف در نواحی روستایی شهرستان، اقداماتی را از طریق سوق و توسعه شرکت‌ها و ایجاد کارگاه‌های خرد و متوسط انجام دهند. این نتایج با نتایج غنیان و همکاران (۱۳۹۰) تا حدودی مطابقت دارد.

نتایج محاسبه میزان فعالیت‌های کارآفرینی در نواحی روستایی بخش سامن شهرستان ملایر نشان داد، محدوده مورد مطالعه از جنبه جمعیت‌شناسی جامعه و مبنای اقتصادی دارای وضعیت مناسبی است. بخش سامن (دهستان‌های حرم‌رود سفلی و دهنو آورزمان) به علت نزدیکی به مرکز شهرستان ملایر (۳۰-۲۵ کیلومتر) و با دارا بودن انگیزه و ویژگی‌های شخصیتی همچون نگاه بهبودیاب و حس فرصت‌طلبی و توفیق‌طلبی و دست‌یافتن به پیشرفت اقتصادی و ثروت فردی با توجه به به‌کارگیری منابع و امکانات روستا، می‌تواند بیشترین بهبود را در زمینه اشتغال و تغییر و تحول صنعتی در روستا ایجاد کند. ۲۰ درصد از صاحبان کسب و کار کارآفرینی (سرمایه انسانی) این

ناحیه، تحصیلات دانشگاهی دارند. عمده دامنه فعالیت‌های کارآفرینی این ناحیه، صنعت مبل و منبت است و رشد کسب و کارهای صنعتی به‌خوبی در این ناحیه دیده شد؛ از این‌رو، می‌توان گفت بخش سامن، قابلیت تشکیل خوشه‌های کسب و کار صنعتی با مزیت رقابتی و ظرفیت اشتغال‌زایی را دارد. رشد ۷۰ درصدی کسب و کارهای خرد و کوچک بر توسعه‌یافتگی نواحی روستایی در بخش سامن تأثیرگذار بوده است. میانگین درآمد کارآفرینان کمتر از ۲ میلیون تومان (پایین) و تمایل به خرید محصولات کارآفرینان از سوی مردم روستا در حد بسیار بالا ارزیابی شد. ۵۹ درصد آنان از وام‌های بانکی و کمک‌های دولتی و بخش خصوصی استفاده نکرده بودند. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده می‌توان گفت، میزان فعالیت‌های کارآفرینی در بخش سامن شهرستان ملایر، قابلیت بازساخت فضایی کارآفرینی از طریق دریافت بودجه و حمایت‌های مالی بیشتر و سرمایه‌گذاری از سوی دولت و بخش‌های خصوصی و افزایش تولید و به‌تبع آن درآمد بیشتر و اشتغال بیشتر را دارد. این نتایج با پژوهش بیات و بدری (۱۳۹۶) مطابقت دارد. نتایج بررسی متغیرهای مؤثر بر بازساخت فضایی نیز نشان داد که بین ادراک کارآفرینان گردشگری روستایی از عوامل مؤثر بر بازساخت فضایی کارآفرینی گردشگری، فقط سطح تحصیلات صاحبان کسب و کار تفاوت معنی‌داری در سطح یک درصد خطا (۹۹ درصد اطمینان) وجود دارد. در بقیه متغیرها (گروه‌های سنی مختلف، سطوح درآمدی مختلف، سابقه فعالیت، اندازه کارگاه‌ها، استفاده از وام بانک‌ها، شرکت در کلاس‌های آموزش کارآفرینی، استفاده کردن یا نکردن از سیستم خدمات توزیعی در بازاریابی محصولات، داشتن وبسایت و تبلیغات اینترنتی، دسترسی به رایانه و اینترنت) تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد. این نتایج با پژوهش غنیان و

جایگاه زنان در توسعهٔ پیشبرد فعالیت‌های کارآفرینی گردشگری در نواحی روستایی بخش سامن ملایر کمترین توجه و اهمیتی داده شده است. به طوری که در میان صاحبان کسب‌وکار، زنان دیده نشدند. این بدین معناست که در سال‌های اخیر، کارآفرینی زنان در این منطقه رشدی نیافته است. در صورتی که جامعهٔ زنان در توسعهٔ فعالیت‌های کارآفرینی روستایی به خصوص صنایع دستی، به عنوان یکی از بهترین نیروهای خوش‌فکر و فعال برای پویایی جوامع محلی محسوب می‌شوند.

- از آنجایی که فقط ۲۰ درصد از صاحبان کسب‌وکار مبل و منبت دارای تحصیلات دانشگاهی بودند و همچنین بین ادراک آنان از نظر تحصیلات دانشگاهی تفاوت معنی‌دار وجود داشت، می‌توان گفت بیشترین کارگاه‌های مبل و منبت منطقه از نوع خرد و نوپا و با سابقهٔ کمتر از ۵ سال بودند؛ در نتیجه برای دست‌یافتن به اطلاعات به‌روز و همچنین افزایش حس رقابت در میان این کارگاه، وجود خوشه‌های دانشی در این روستاها ضروری می‌نماید. تأسیس نهادهای مدنی و انجمن‌های مبل و منبت برای آموزش‌های مداوم در شرایط فعالیت اقتصادی مخاطره‌آمیز برای روستاییان از مهم‌ترین این راهکارها برای توسعهٔ دانش اقتصادی آنهاست. عضویت در این انجمن‌ها می‌تواند روند گرفتن تسهیلات بانکی را برای اعضای انجمن تسهیل کند.

همکاران (۱۳۹۰) مطابقت دارد. فقط این فرضیه که بین ادراک صاحبان کسب‌وکار با تحصیلات متفاوت از نظر عوامل مؤثر بر بازساخت فضایی کارآفرینی گردشگری تفاوت معنی‌داری وجود دارد، تأیید شد و بقیهٔ فرضیه‌های مربوط ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و فردی رد شد. این نتایج حاکی از آن است، از آنجایی که بیش از نیمی از کارگاه‌های مبل و منبت مورد مطالعه، نوپا و با ریسک بالایی بوده و در ۵ سال اخیر رشد و توسعه یافته‌اند؛ احتمالاً به شدت تحت تأثیر متغیرهای موهومی و پیش‌بینی نشدهٔ قوی‌تری (تحریم‌های اقتصادی، کاهش درآمد و تبادل ارز) در محیط اقتصادی و سیاسی حاکم بر جامعه قرار دارند که از پیامدهای آن کاهش مشارکت گردشگر در فعالیت‌های سودآور اجتماعی- اقتصادی مردم محلی بوده است؛ بنابراین تفکر و اقدامات کارآفرینانهٔ صاحبان کسب‌وکار نتوانسته است در سطح ویژگی‌های فردی تفاوت قابل‌قبولی را نشان دهد.

پیشنهادها

با توجه به نتایج تحقیق می‌توان پیشنهادهایی برای توسعهٔ کارآفرینی گردشگری در نواحی روستایی به شرح زیر ارائه داد:

- گردشگری و صنایع دستی و هنرهای سنتی دو صنعت مکمل هم هستند و در رشد یکدیگر تأثیرگذارند. برای رشد و ارتقای این صنعت در جوامع محلی نباید از نقش زنان روستایی غافل بود. به نقش و

منابع

- استانداری همدان (۱۳۹۵). خوشه مبل و منبت در استان همدان، قابل دسترس در سایت:
http://www.ostan-hm.ir/fa/news_body.aspx?spi=MQ==&vid=MTIyMTk=&p=MQ==
 بیات، ناصر؛ سیدعلی بدری (۱۳۹۶). تحلیل ادراک ساکنان محلی از اثرات گردشگری روستایی شهرستان ملایر مورد: روستاهای حوضه آبریز رودخانه کلان، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. جلد ۶. ویژه‌نامه گردشگری (زمستان ۱۳۹۶).
- <https://serd.khu.ac.ir/article-1-2976-fa.html>
 پاسبان، فاطمه (۱۳۸۳). نقش زنان کارآفرین در توسعه روستایی کشورهای در حال توسعه، مجموعه مقالات کنگره توسعه روستایی. چالش‌ها و چشم‌اندازها. تهران. مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
<https://chawosh.org/5045/>
 دراکر، پیتر اف (۱۳۷۸). دانش نوآوری، ترجمه علی چیت‌ساز. توسعه مدیریت. شماره ۹. سال هفتم.
<http://irmf.ir/>
 خبرگزاری جمهوری اسلامی (۱۳۹۸). جهان پیش‌روی شهر ملی منبت، قابل دسترس در سایت:
<https://www.irna.ir/news/>
 رستمی، فرحناز؛ ته‌مین‌ه احسانی‌فر (۱۳۹۷). پیش‌ران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، مجله کارآفرینی در کشاورزی. دوره ۵. شماره ۲. صفحات ۷۱-۸۲.
- https://jead.gau.ac.ir/article_4364.html
 رکن‌الدین‌افتخاری، عبدالرضا؛ مهدی پورطاهری؛ نفیسه فضلی (۱۳۹۳). تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. سال سوم. شماره ۸. صفحات ۱۰۷-۸۷.
https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_664.html
 سجاسی‌قیداری، حمدالله؛ عبدالرضا رکن‌الدین‌افتخاری؛ داوود مهدوی (۱۳۹۵). توسعه پایدار کارآفرینی گردشگری با تأکید بر مناطق روستایی، تهران. انتشارات سمت. چاپ اول. ۳۵۴ صفحه.
 سجاسی‌قیداری، حمدالله، عبدالرضا رکن‌الدین‌افتخاری؛ مهدی پورطاهری؛ عادل آذر (۱۳۹۳). الگوی توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی (مطالعه موردی: رود دره‌های گردشگری استان تهران)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی. دوره ۴۶. شماره ۲. پی‌اچ ۸۸. صفحات ۲۹۲-۲۷۳.
- https://jhgr.ut.ac.ir/article_51564.html
 شاطریان، محسن؛ زهرا منتصری؛ صدیقه کیانی؛ یونس غلامی (۱۳۹۸). سطح‌بندی توسعه گردشگری روستاهای بخش بزرک در شهرستان کاشان، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. سال هشتم. شماره دوم. پی‌اچ ۲۸. صفحات ۹۵-۱۱۴.
<https://serd.khu.ac.ir/article-1-3319-fa.html>
 طوسی، رمضان؛ علیرضا جمشیدی؛ احمد تقدیسی (۱۳۹۳). کارآفرینی روستایی و تعیین عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان مینودشت)، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی. سال سوم. شماره ۸. صفحات ۱-۱۱.
https://jrpp.um.ac.ir/article_25237.html
 غنیان، منصور؛ فضیله خانی؛ لیلا بقایی (۱۳۹۰). ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی (مطالعه موردی: منطقه اورامان)، فصلنامه پژوهش‌های روستایی. سال دوم. شماره سوم. صفحات ۹۹-۱۲۳.
https://jrur.ut.ac.ir/article_23689.html
 کریم‌زاده، حسین (۱۳۸۹). مدل‌سازی فضایی فرصت‌های کارآفرینی با تأکید بر بخش گردشگری در نواحی روستایی مطالعه موردی: نواحی روستایی شهرستان ورزقان، رساله دکتری. دانشکده جغرافیا. دانشگاه تهران.
 کوراتکو، داندل اف؛ هاجتس، ریچارد ام (۱۳۸۷). نگرشی معاصر بر کارآفرین، ترجمه: ابراهیم عامل محرابی و محسن تبرائی. تهران. انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد. چاپ دوم. صفحات ۶۷-۶۳.

مرادی، حوریه (۱۳۹۵). طراحی الگوی مناسب کارآفرینی در نواحی روستایی شهرستان کرمانشاه، رساله دکتری. دانشکده علوم جغرافیایی. گروه جغرافیای انسانی. دانشگاه خوارزمی تهران.

مرکز آمار ایران (۱۳۹۵). نتایج تفصیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن فرهنگ آبادی‌های کشور، استان همدان. شهرستان ملایر.

مطیعی‌لنگرودی، سیدحسن؛ محمود مرادی (۱۳۸۴). جایگاه صنایع در فرایند صنعتی‌سازی و توسعه روستایی بخش مرکزی شهرستان بیرجند، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی. شماره ۵۳. صفحات ۶۷-۶۳.

https://jrg.ut.ac.ir/article_17762.html

مطیعی‌لنگرودی، حسن؛ ابراهیم شمسایی (۱۳۹۰). توسعه کشاورزی پایدار، انتشارات دانشگاه تهران.

مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۳). کارآفرینی و عوامل محیطی مؤثر بر آن، مجله فرهنگ مدیریت. سال ۲. شماره ۵. صفحات ۷۷-۱۰۷.

<https://www.sid.ir/paper/458209/fa>

نیک‌رفتار، طیبه؛ زهرا نصرتی‌فر (۱۳۹۶). تحلیل فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری روستایی استان البرز، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. جلد ۶. ویژه‌نامه گردشگری (زمستان ۱۳۹۶). صفحات ۵۸-۴۵.

<https://serd.khu.ac.ir/article-1-2975-fa.html>

ویکی‌پدیا (۱۳۹۷). ملایر-ویکی‌پدیا دانشنامه آزاد حاج آقا گنبدی ملایر. قابل دسترسی در سایت:

<https://fa.mimplus.ir/post/5/BIpMJ/%D9%85%D9%84%D8%A7%DB%8C%D8%B1>

هزارجریبی، جعفر (۱۳۸۴). کارآفرینی، انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی. چاپ اول.

References

- Heilig, K and Gerhard, M (2002). European Rural Development, International Institute for Applied Systems Analysis, Luxembourg, Austria
<https://pure.iiasa.ac.at/6771/1/IR-02-014.pdf>
- Blanke, Jenifer (2009). The Travel & Tourism Competitiveness Report is published by the World Economic Forum within the framework of the Global Competitiveness Network and the Industry Partnership Programmers for Aviation, Travel and Tourism.
https://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf
- Horner, S. and Swarbrooke, J (2012). International Cases in Tourism Management, Routledge.
<https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780080473116/international-cases-tourism-management-susan-horner-john-swarbrooke>
- Shane, Scoot .Andrew, Edwin A. and Locke, Christopher J. Collins (2003). Entrepreneurial motivation, Human Resource Management Review, No.13, 257-279.
<https://www.scirp.org/%28S%28vtj3fa45qm1ean45vffcz55%29%29/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2894699>
- Sharpley, R (2007). Flagship Attractions and Sustainable Rural Tourism Development: The Case of the Alnwick Garden, England, Journal of Sustainable Tourism, 15:2, 125-143
https://www.researchgate.net/publication/45637024_Flagship_Attractions_and_Sustainable_Rural_Tourism_Development_The_Case_of_the_Alnwick_Garden_England
- Smith, A. et al (2002). Embedding new entrepreneurship programs in UK higher education institution, Education + Training 8. 555-567.
https://www.researchgate.net/publication/235294226_Embedding_New_Entrepreneurship_Programmes_in_UK_Higher_Education_Institutions_Challenges_and_Considerations
- Steiner, Artur, Cleary, Jen (2014). What are the Features of Resilient Businesses? Exploring the Perception of Rural Entrepreneurs. Journal of Rural and Community Development. Vol. 9, No.3. 1-20.
https://web.archive.org/web/20200506075707/https://researchonline.gcu.ac.uk/ws/files/24325206/1125_3194_1_PB.pdf
- Williams, S (2009). Tourism Geography: A New Synthesis, Taylor & Francis.
<https://doi.org/10.4324/9780203877555>
<https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203877555/tourism-geography-stephen-williams>