

Research Paper

The Human Driving Forces of Entrepreneurship Development in Tourism Sector: A Case Study of the Village of Istgah Bisheh in Khorramabad County

*Kobra Pirdadeh Beyranvand¹, Mostafa Ahmadvand², Vahid Sharafi Sarabi³

1. Ph. D. student of Agricultural Development, Department of Rural Development Management, Faculty of Agriculture, Yasouj University, Yasouj, Iran.

2. Associate Professor of Agricultural Extension and Development, Faculty of Agriculture, Department of Rural Development Management, Yasouj University, Yasouj, Iran.

3. M.Sc. student of Rural Development, Department of Agronomy and Plant Breeding, Faculty of Agriculture, Birjand University, Birjand, Iran.



Citation: Pirdadeh Beyranvand, K., Ahmadvand, M., & Sharafi Sarabi, V., (2019). [The Human Driving Forces of Entrepreneurship Development in Tourism Sector: A Case Study of the Village of Istgah Bisheh in Khorramabad County (Persian)]. *Journal of Rural Research*, 9(4), 564-579, <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2018.256555.1248>

<http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2018.256555.1248>

Received: 24 April 2018

Accepted: 17 Oct. 2018

ABSTRACT

Tourist areas have a high potential for employment and entrepreneurship activities especially when human resources are also available. The purpose of this study was to investigate the human resource factors necessary for the development of entrepreneurship in the tourist area of *Bisheh* in Khorramabad County. The research was quantitative in nature. Also, in terms of purpose, it was a type of applied research conducted using a survey method. The statistical population of the study consisted of 1190 rural people at the age of 15-64 years who were living in *Istgahe Bisheh* in 2017. The sample size was determined by using Krejcie and Morgan table, and 291 people were randomly selected. The data collection tool was a researcher-made questionnaire whose face validity was confirmed by experts. The reliability of the questionnaire was also examined by conducting a pilot study and calculating the Cronbach's alpha coefficient (0.88-0.99). The findings showed that the objective driving forces in the *Bisheh* region were in a medium status. Among the subjective driving forces, only social security ranked higher than standard (3.80). Based on a cluster analysis, the rural people were divided into three groups: ready, semi-ready, and unready. Analysis of variance showed that, among the objective driving forces, education, counseling and experiences were different in the semi-ready and unready groups. As for the subjective factors, however, they were all different among the groups except for social participation. Finally, based on the results of the research, suggestions were made to develop entrepreneurship activities in the region.

Key words:

Driving forces,
Rural development,
Rural tourism, Ru-
ral entrepreneur-
ship, *Bisheh* village

Extended Abstract

1. Introduction

The tourism industry has potentials for job creation by using available services and facilities. In addition, development of entrepreneurship is essential for tourism development. Rural areas with natural attractions have an important role in developing

tourism entrepreneurship. To achieve this purpose in rural areas, availability of human resources is very important. The presence of human resources in both objective and subjective driving forces at a desirable level leads to the development of tourism and, consequently, the economic growth of the local people. On this basis, the purpose of this study was set to be the investigation of the human resource factors necessary for the development of entrepreneurship in *Bisheh* tourist area in Khorramabad County.

* Corresponding Author:

Kobra Pirdadeh Beyranvand

Address: Department of Rural Development Management, Yasouj University

Tel: +98 (74) 31006011

E-mail: k.pirdadeh@stu.yu.ac.ir

2. Methodology

This research was quantitative in nature. In terms of purpose, it was a type of applied research conducted by using a survey method. The statistical population of the study consisted of the rural people of *Bisheh* tourist area in Khorramabad County. The data collection tool was a researcher-made questionnaire whose face validity was confirmed by a panel of experts. The reliability of the questionnaire was also examined by conducting a pilot study outside the research area (i.e. Abb-sefid Abshar), and the Cronbach's alpha coefficient was calculated for it (0.88-0.99). The questionnaire consisted of three sections about individual and professional characteristics as well as objective and subjective driving forces. The questions about objective and subjective driving forces were designed on the Likert 5-point scale.

3. Results

The results of a one-sample t-test showed that the mean values of the components of the objective driving forces were not significantly different from the standard test scores. Also, the results of this test for the subjective driving forces showed that only the mean value of the social security component was significantly higher than the average. The K-means cluster analysis of human resources revealed that people in the study area were divided into three groups. The condition of human resources in the first group (i.e. the semi-ready rural people) was not desirable, except for the production, sale and marketing component. The analysis of the second group (i.e. unready rural people) suggested that the situation of all the human factors for both objective and subjective driving forces was undesirable, but the driving forces in the third group (i.e. ready rural people) were at a very appropriate level for tourism development. The ANOVA results for the objective driving forces showed that education, consultation and experiences were similar in the ready and semi-ready groups, while they were different for the ready group. The other components of objective driving forces were different in all the three groups. The ANOVA results for subjective driving forces also showed that social trust was different for the three groups, but the level of social participation was the same in the two groups of semi-ready and unready rural people. It was different for the ready ones. Finally, social security, social cohesion, self-esteem and providence were different among the three groups of rural people.

4. Discussion

According to the rural sub-culture elements, the aspiration and desires of rural people is at a low level, and the people cannot ignore their present interests for future interests. As it emerged, access to funds, innovation, creativity, providence, production, sales, and marketing are low in the studied rural region.

5. Conclusion

According to the results of this research, there is a positive relationship between age and social trust and social cohesion. However, because most of the respondents in the study were under 46 years of age, this relationship turned out to be at a medium level. Also, objective and subjective driving forces were found to be at a medium level. Despite the importance of human resources for the development of entrepreneurship in tourism, rural areas have no desirable conditions in this regard. Therefore, it is suggested that public and private institutions try to remove the barriers to the development of entrepreneurship in rural areas.

Acknowledgments

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Conflict of Interest

The authors declared no conflicts of interest

پیشران‌های انسانی توسعه کارآفرینی در حوزه گردشگری (مورد مطالعه: روستای ایستگاه بیشه در شهرستان خرم‌آباد)

*کبری پیرداده بیرانوند^۱، مصطفی احمدوند^۲، وحید شرفی سرابی^۳

- ۱- دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، گروه مدیریت توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.
- ۲- دانشیار ترویج و توسعه کشاورزی، گروه مدیریت توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.
- ۳- دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه روستایی، گروه علوم زراعت و اصلاح نباتات، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران.

چکیده

تاریخ دریافت: ۰۴ اردیبهشت ۱۳۹۷

تاریخ پذیرش: ۲۵ مهر ۱۳۹۷

در صورت فراهم بودن زمینه‌های انسانی، گردشگری حاوی ظرفیت‌های پویا و گسترده‌ای برای اشتغال و کارآفرینی است. هدف پژوهش حاضر بررسی فراهمی پیشران‌ها (عوامل) انسانی لازم برای توسعه کارآفرینی گردشگری در منطقه روستایی هدف گردشگری بیشه در شهرستان خرم‌آباد بود. این تحقیق از نظر ماهیت کمی و با توجه به هدف تحقیق، کاربردی، از لحاظ گردآوری داده‌ها در زمره تحقیقات توصیفی بود که به شیوه پیمایش انجام شد. جامعه آماری پژوهش، ۱۱۹۰ نفر از روستاییان ۱۵ تا ۶۴ سال ساکن در ایستگاه بیشه در سال ۱۳۹۶ بودند. حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی و مورگان، ۲۹۱ نفر برآورد و به صورت نمونه‌گیری تصادفی انتخاب و مطالعه شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه‌ای محقق ساخته بود که روایی صوری آن توسط متخصصان مورد بازنگری و تأیید قرار گرفت و پایایی آن با انجام مطالعه راهنما در خارج از محدوده تحقیق و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۸ تا ۰/۹۹) به دست آمد. یافته‌ها نشان داد پیشران‌های عینی در منطقه بیشه در وضعیت متوسطی قرار دارند. از میان پیشران‌های ذهنی نیز، تنها پیشران امنیت اجتماعی بیش از حد معیار (۳/۸۰) بود. بر اساس یافته‌های تحلیل خوشه‌ای، افراد در سه گروه نیم‌ساز، ناساز و هم‌ساز قرار گرفتند. آزمون تحلیل واریانس نشان داد از پیشران‌های عینی؛ آموزش، مشاوره و تجربیات در دو گروه نیم‌ساز و ناساز و از پیشران‌های ذهنی؛ مشارکت اجتماعی در دو گروه نیم‌ساز و ناساز وضعیت یکسان داشتند. در پایان بر اساس نتایج پژوهش جهت بهبود توسعه کارآفرینی در گردشگری منطقه بیشه پیشنهادهایی ارائه شده است.

کلیدواژه‌ها:

پیشران توسعه، توسعه روستایی، روستای بیشه، کارآفرینی روستایی، گردشگری روستایی

مقدمه

صنعت گردشگری از جمله صنایع مهم و اشتغال‌زا است. این صنعت مستقیماً فرصت‌های شغلی فراوانی را در حوزه گردشگری فراهم می‌آورد، همچنین با ترکیب خدمات و خلاقیت‌ها، فرصت‌های فراوانی را برای ظهور فعالیت‌های کارآفرینانه و اشتغال عرضه می‌کند (Ghanian & Fotovati, 2014). طبق پیش‌بینی سازمان جهانی گردشگری^۱ تا سال ۲۰۲۰ میلادی تعداد گردشگران جهان، به ۱/۶ میلیارد نفر خواهد رسید و بیش از ۵۰ درصد معضل اشتغال در کشورهای در حال توسعه از این طریق قابل حل است. از این رو، با توجه به جاذبه‌های طبیعی در مناطق روستایی، گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه لازم و ضروری به نظر می‌رسد (Movahed, 2007). لازم‌ه گردشگری،

1. World Tourism Organization

توسعه کارآفرینی است. کارآفرینی فرایند خلق ابتکارها و نوآوری‌ها و ایجاد کسب‌وکار جدید از طریق کشف فرصت‌ها و بهره‌گیری از منابع است (Imani Gheshlagh, Khani, & Hashemi, 2008). در فضاهای روستایی عواملی همچون توسعه پیشران‌های انسانی، کیفیت نیروی انسانی، افزایش کیفیت مدیریت، توسعه آموزش و تکنولوژی در کارآفرینی گردشگری مؤثر است. بنابراین، کارآفرینی در حوزه گردشگری و استفاده از ظرفیت‌های طبیعی و انسان‌ساخت در گرو فراهمی پیشران‌های انسانی است (Najafi Tuahkhoshkah & Azadi, 2012).

در این میان، روستای کوهستانی بیشه از توابع بخش مرکزی شهرستان خرم‌آباد با موقعیت طبیعی، آب‌وهوای معتدل، چشم‌اندازهای کوهستانی و پوشش گیاهی متنوع، جاذبه‌های گردشگری منحصر به فردی دارد. مهم‌ترین جاذبه‌های طبیعی روستای بیشه علاوه بر آبشار بیشه عبارت‌اند از: «رودخانه سزار»

* نویسنده مسئول:

کبری پیرداده بیرانوند

نشانی: گروه مدیریت توسعه روستایی، دانشگاه یاسوج

تلفن: ۳۱۰۰۶۰۱۱ (۷۴) ۹۸+

پست الکترونیکی: k.pirdadeh@stu.yu.ac.ir

سیستم حمل‌ونقل و... است که بر رونق صنعت گردشگری مؤثرند. از جمله پیشران عینی دیگر در توسعه کارآفرینی می‌توان به خلاقیت اشاره کرد. خلاقیت به معنای تولید ایده است و اقدامات خلاقانه منجر به نوآوری و به‌کارگیری ایده می‌شود (Bascavusoglu-Moreau, Kopera, & Wszendybyt-Skulska, 2013). تولید و فروش از طریق نحوه بازاریابی یک نوع نوآوری است که به دلیل توانمندسازی افراد تأثیر مثبتی را بر کارآفرینی برجای می‌گذارد. همچنین قابلیت‌های نوآوری و عملکرد را می‌توان با کارآفرینی، بازاریابی و سرمایه‌گذاری افزایش داد (Sulisty, 2016).

در بُعد پیشران‌های ذهنی، یکی از مهم‌ترین عوامل اساسی و زمینه‌ساز کارآفرینی، سرمایه اجتماعی است، زیرا سبب بروز خلاقیت، رفتارهای نوآورانه و افزایش ریسک‌پذیری کارآفرینان می‌شود. درواقع، گروهی از افراد، می‌توانند همان کارآفرینان استقرار یافته در فضای جغرافیایی باشند که به واسطه ارتباط با دیگر بخش‌های اجتماعی، با منابع و فرصت‌های فزون‌تری مواجه می‌شوند و دایره انتخاب آن‌ها گسترده‌تر می‌شود (Bhagavatula, Elfring, Tilburg, & Gerhard, 2010). بانک جهانی، سرمایه اجتماعی را ثروت نامرئی یک کشور در نظر می‌گیرد و آن را دربرگیرنده نهادها و روابط و هنجارهایی می‌داند که تعاملات اجتماعی را شکل می‌دهند (Nasrolahi Vosta & Jalilvand, 2014). به‌طور کلی کسب‌وکارهای جدید در صورتی می‌توانند به اهداف و چشم‌اندازهای خود نائل شوند که در مرحله شروع کسب‌وکار، سرمایه اجتماعی خود را توسعه دهند.

اعتماد به نفس به‌عنوان یک پیشران ذهنی، عبارت است از احساس ارزشمند بودن، این احساس از مجموعه افکار، احساس‌ها، عواطف و تجربیات در طول زندگی ناشی می‌شود. داشتن اعتماد به نفس یک نیاز اساسی کارآفرینی گردشگری است.

آینده امری است که انسان می‌تواند آن را با اقدامات هدفمند خود طراحی و شکل دهد. آدمی برای آنکه عاقلانه عمل کند، باید نسبت به پیامدهای اقدامات خود، دیگران و واکنش‌های آنان و نسبت به نیروهایی که خارج از کنترل اوست آگاهی و شناخت داشته باشد (Govahi, 2016). از این رو، آینده‌نگری در زمینه‌های دانش، فناوری، اقتصاد، محیط‌زیست و جامعه با هدف شناسایی فناوری‌های جدید و تعیین حوزه‌هایی صورت می‌گیرد که در آینده از اهمیت بیشتری برخوردارند.

مروری بر ادبیات تجربی موضوع

فیض‌الهی (۲۰۰۴) در پژوهشی به ظرفیت‌های توسعه گردشگری روستایی دهستان‌های شهرستان مشکین‌شهر پرداخت. با وجود توان‌ها و پتانسیل‌های گردشگری در دهستان‌های مورد مطالعه، موانع زیادی برای پیشرفت صنعت گردشگری وجود داشت که بیشتر از تنگناهای اقامتی، ارتباطی و سازماندهی ناشی می‌شد. عبدالمنافی و ازکیا (۲۰۱۱) با بررسی عوامل مؤثر بر

و «سراب حرب». از مراکز دیدنی و جالب روستای بیشه، استخر پرورش ماهی قزل‌آلاست که یکی از منابع مهم درآمدی محسوب می‌شود. بازارچه محلی نیز از مراکز دیدنی و جالب توجه است. در این بازار، صنایع دستی، لبنیات و محصولات باغی به فروش می‌رسد. در نزدیکی روستا، سیاه چادرهای عشایری زیادی به چشم می‌خورد. نحوه زندگی عشایر منطقه و جذابیت‌های آن از دیدنی‌های این روستا است (Zende Del, 2007). روستای ایستگاه بیشه به‌عنوان یک کانون گردشگری طبیعی در منطقه با ظرفیت‌های متنوع، می‌تواند در توسعه کارآفرینی و اشتغال در گردشگری نقش ارزنده‌ای داشته باشد. این در حالی است که فعالیت‌های کارآفرینانه در این منطقه به طرز شایسته‌ای توسعه نیافته است. بر همین اساس هدف این پژوهش بررسی فراهم بودن (مهیایی) پیشران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری در منطقه روستایی هدف گردشگری و گردشگرپذیر بیشه در شهرستان خرم‌آباد بود. به‌منظور دستیابی به هدف ذکرشده پرسش‌های ذیل مطرح شدند:

۱- وضعیت پیشران‌های انسانی همسو با کارآفرینی در حوزه گردشگری در منطقه بیشه چگونه است؟

۲- کدام مؤلفه‌های پیشران‌های انسانی لازم برای توسعه کارآفرینی در منطقه بیشه در وضعیت کمبود و یا مطلوب قرار دارند؟

مبانی نظری پژوهش

پیشران‌ها نیروها و روندهای مهمی هستند که نقش بازساخت آینده فضاهای زندگی را بازی می‌کنند (Taghilo, Soltani & Aftab, 2016). بر همین اساس پیشران‌های انسانی به‌عنوان تسهیل‌کننده در دستیابی به اهداف و بهبود کیفیت زندگی به‌خصوص در نواحی روستایی نقش به‌سزایی دارند.

از مهم‌ترین اقداماتی که می‌تواند در توسعه گردشگری پایدار مؤثر باشد، آموزش است. آموزش نقش حیاتی در افزایش توانمندی توسعه پایدار در فعالیت‌های اقتصادی، مشارکت سهامداران و رشد کارآفرینی دارد (Zunker, 2006). فزون بر آن، مشاوره شغلی باعث افزایش توان فرد در شناخت محیط، جمع‌آوری اطلاعات راجع به مشاغل، پردازش و استفاده پیچیده از اطلاعات مربوط به خود و دنیای مشاغل برای کشف و یا ایجاد فرصت‌های شغلی می‌شود (Peterson, Sampson & Reardon, 1991).

بررسی پیشینه نشان می‌دهد، دانش یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر رفتار کارآفرینانه افراد است (Scherer, Brodzinski & Wiebe, 1991). دانش، تأثیری مستقیم بر آگاهی افراد داشته و سبب تأثیرگذاری بر فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شود. وجود زیرساخت‌های فیزیکی از پیشران‌های عینی لازم برای توسعه گردشگری است. از جمله زیرساخت‌ها: برق، جاده مناسب،

حوزه گردشگری پرداختند. بر اساس تحقیق، سرمایه اجتماعی ساختاری مثبت دارد و تأکید بر توانایی فرد و سرمایه اجتماعی توأمان در راهاندازی کسب‌وکار جدید در حوزه گردشگری به‌ویژه در مناطق روستایی داشته و این امر در نهایت به توسعه کسب‌وکار در نواحی روستایی می‌انجامد. داک-بیونگ، وانگ-وو، یانگ-سوک و یوشیک^۶ (۲۰۱۲) نیز در پژوهش خود بیان کردند انواع خاصی از برنامه‌ها و سیاست‌های دولت برای افزایش سرمایه اجتماعی و مدیریت جامعه با استفاده از مشارکت در کسب‌وکار گردشگری می‌تواند بسیار کمک‌کننده باشد. نتایج تحقیق محمدی، پورشوهانی و آزادخانی (۲۰۱۵) نشان داد سه بُعد ارتباطی-ساختاری و شناختی سرمایه اجتماعی بر جذب گردشگر تأثیر داشته است.

از جمع‌بندی و مرور ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش چنین به نظر می‌رسد، پیشران‌های انسانی را می‌توان به پیشران‌های عینی و پیشران‌های ذهنی تقسیم‌بندی کرد (تصویر شماره ۱). پیشران‌های عینی شامل: آموزش، مشاوره و تجربیات، مهارت و دانش، دسترسی به سرمایه، دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی، نوآوری و خلاقیت، تولید، فروش و بازاریابی و پیشران‌های ذهنی شامل: سرمایه اجتماعی (اعتماد، مشارکت، امنیت، انسجام)، میزان اعتماد به نفس و آینده‌نگری است. بنابراین، با وجود پیشران‌های انسانی (عینی و ذهنی) انتظار دستیابی به توسعه کارآفرینی در گردشگری دور از انتظار نیست.

روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق مطالعه‌ای موردی و جزءنگر است که از نظر ماهیت، از نوع تحقیقات کمی و با توجه به هدف، کاربردی و از لحاظ گردآوری داده‌ها، جزء تحقیقات توصیفی است که با فن پیمایش در بهار و تابستان ۱۳۹۶ انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۱۹۰ نفر روستاییان ۱۵ تا ۶۴ سال، ساکن در روستای ایستگاه بیشه بود (Health Network and Cure of Sepid Dasht, 2017)؛ که پس از محاسبه حجم نمونه با استفاده از جدول Krejcie & Morgan (1970)، ۲۹۱ نفر به صورت نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده‌اند.

برای گردآوری اطلاعات از روش مصاحبه ساختارمند با پرسشنامه چهره‌به‌چهره، بهره گرفته شد. بدین منظور، پرسش‌نامه‌ای در سه بخش شامل پرسش‌هایی در مورد ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای، پیشران‌های عینی و پیشران‌های ذهنی در اختیار پاسخگویان قرار داده شد. قابل ذکر است پرسشنامه مربوط به بخش پیشران‌های عینی توسعه کارآفرینی گردشگری با اقتباس از تحقیق حسام، رضوانی، فرجی سبکبار و باستانی (۲۰۱۷) و پرسش‌نامه مربوط به بخش پیشران‌های ذهنی با اقتباس از تحقیق بخشی، پیرداده بیرانوند و فلکی (۲۰۱۷) تدوین و مطابق با منطقه مورد مطالعه، تهیه و تنظیم گردید. گویه‌ها به صورت طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای

صنعت گردشگری بیان کردند، مشارکت مردم و متصدیان حفاظت محیط‌زیست جهانی، میراث فرهنگی و طبیعت، به‌عنوان یک عامل مؤثر به توسعه صنعت جهانگردی کشور کمک نماید. توسعه صنعت گردشگری نیاز به پیش‌شرط‌هایی دارد، از جمله این موارد آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم در نحوه برخورد با گردشگر و گردشگری از طریق توسعه نهادهای سازمان‌های مرتبط، توسعه برنامه‌های تبلیغاتی و مواردی از این دست اشاره نمود. کاظمی، اسماعیلی و بیگی فیروزی (۲۰۱۳) در تدوین و انتخاب راهبرد توسعه گردشگری استان لرستان بیان کردند، راهبرد تدافعی (جلب مشارکت‌های مردمی در ترویج، جلوگیری از تخریب زیست‌محیطی و تاریخی-فرهنگی) مناسب‌ترین راهبردهای توسعه گردشگری استان لرستان است. راست‌قلم، صیدایی و نوری (۲۰۱۶) به تعیین پیشران‌های کلیدی رهیافت روستای خلاق پرداختند. نتایج نشان داد پیشران‌های کلیدی «چشم‌انداز»، «خطرپذیری»، «فضای روستا»، «مشارکت» و «پیوند روستایی»، جزو متغیرهای ورودی بوده و بیشترین اثرگذاری مستقیم را داشته‌اند. نتایج تحقیق فراهانی و فلاحی (۲۰۰۷) نشان داد پنج عامل کلیدی روان‌شناختی توانمندسازی که شامل احساس معنادار بودن، احساس شایستگی، احساس خودتعیینی، احساس تأثیر و احساس اعتماد است با کارآفرینی همبستگی مثبت و معناداری دارند. دبیتگنیس و براندر^۲ (۲۰۰۷) با بررسی روش‌های تأمین مالی کارآفرینی در آمریکا به این نتیجه رسیدند که تأمین مالی کارآفرینی از طریق بانک کارآمدتر از تأمین مالی سرمایه پرمخاطره است. گریس و اوهم^۳ (۲۰۱۳) بیان کردند رابطه مثبت و قوی بین مشاوره شغلی و مهارت‌های توسعه کارآفرینی در سال آخر تحصیلی کارشناسی وجود دارد. کاکاپور و خنیفر (۲۰۱۴) با بررسی مهارت اجتماعی کارآفرینان و کارآفرینی سازمانی نشان دادند مهارت اجتماعی بر بازاریابی سازمانی تأثیر معنادار دارد، ولی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر معنادار ندارد. طالبی، داوری و تقوی (۲۰۱۵) در تحقیقی نشان داد فرهنگ کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، مدیریت استراتژیک منابع و به‌کارگیری خلاقیت و توسعه نوآوری بر عملکرد مالی و غیرمالی تأثیر می‌گذارد. نتیجه تحقیق ادکیا و ابراهیم^۴ (۲۰۱۶) نشان داد آموزش کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری در کارآفرینی دارد. قدیری معصوم، حجتی‌پور، قراگوزلو، و جورنبيان (۲۰۱۷) با بررسی نقش سرمایه اجتماعی در ریسک و کارآفرینی جوانان بیان کردند که ریسک‌پذیری جوانان روستایی در محدوده مطالعاتی متأثر از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بوده است.

ژائو، ریچی و اجتنر^۵ (۲۰۱۱) در پژوهشی به بررسی مفهوم سرمایه اجتماعی برای کمک به تولید کسب‌وکار جدید در

2. De Bettignies & Brander

3. Grace & Ihuoma

4. Adekiya & Ibrahim

5. Zhao, Ritchie & Ehtner

6. Duk-Byeong, Kwang-Woo, Hyun-Suk & Yooshik

سال و ۳۰ نفر بیش از ۵۷ سال سن داشته‌اند که از مجموع آن‌ها، ۱۶/۵ درصد بدون تحصیلات، ۱۸/۶ درصد دارای تحصیلات ابتدایی، ۱۴/۴ درصد راهنمایی، ۱۹/۹ درصد افراد دیپلم، ۱۳/۴ درصد با مدرک فوق دیپلم و ۱۷/۲ درصد با تحصیلات کارشناسی و بالاتر بوده‌اند. زمینه فعالیت ۳۸/۱ درصد از افراد کشاورزی و ۲۱/۳ درصد از پاسخگویان، خدمات بود. وضعیت مالکیت ۷۰/۱ درصد از پاسخگویان شخصی بود. یافته‌ها بیانگر آن بود که سطح تحصیلات ۵۰/۵ درصد از افراد بالاتر از دیپلم بود. میانگین سنی پاسخگویان ۳۸ سال و حداقل سن ۱۷ و حداکثر ۶۳ سال بود. این بیانگر این است، افراد مورد مطالعه از میانگین سنی متوسطی برخوردار بودند.

توصیف متغیرهای پژوهش

بررسی رتبه‌بندی مؤلفه‌های پیشران‌های عینی در جدول شماره ۱ نشان داد مؤلفه آموزش، مشاوره و تجربیات با ضریب تغییرات ۰/۲۶۹ در رتبه نخست قرار دارد. این نشان می‌دهد اکثریت افراد معتقد به اهمیت استفاده از این مؤلفه برای توسعه کارآفرینی گردشگری هستند. مؤلفه تولید، فروش و بازاریابی با ضریب تغییرات ۰/۳۴۷ در رتبه دوم قرار گرفت. با توجه به زمینه فعالیت غالب افراد (کشاورزی)، دور از انتظار نیست. از نظر پاسخگویان این مؤلفه در توسعه کارآفرینی و گردشگری نقش مهمی دارد. مهارت و دانش با ضریب تغییرات ۰/۳۵۲ در رتبه سوم قرار گرفته است. درواقع استفاده از شیوه‌های نو، دانش فنی و... در رتبه سوم بود. رتبه چهارم مربوط به دسترسی به سرمایه با ضریب تغییرات ۰/۳۶۳ است، بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش، نقش بسزایی در رونق کارآفرینی دارد. نوآوری و خلاقیت که نتیجه به کارگیری دیگر مؤلفه‌ها است با ضریب تغییرات ۰/۳۷۵ در رتبه پنجم قرار دارد. مؤلفه دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی با ضریب تغییرات ۰/۳۷۶ در رتبه آخر، نشان می‌دهد پاسخگویان در خصوص مؤثر بودن این مؤلفه در توسعه کارآفرینی گردشگری توافق کمتری داشتند.

تدوین گردیدند و پاسخگویان با درج علامت در مقابل هر یک از گزینه‌های خیلی کم تا خیلی زیاد دیدگاه خود را ابراز می‌داشتند.

روایی صوری پرسش‌نامه توسط متخصصان مورد اصلاح و تأیید قرار گرفت و جهت سنجش پایایی ابزار گردآوری اطلاعات، تعداد ۳۰ پرسش‌نامه در جامعه‌ای مشابه (آبشار آب سفید) توزیع گردید. مقادیر آلفای کرونباخ برای قسمت‌های مختلف پرسش‌نامه بین ۰/۸۸۱ تا ۰/۹۹۲ به دست آمد که نشان از پایایی مناسب پرسش‌نامه دارد. داده‌های گردآوری شده با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

معرفی منطقه مورد مطالعه

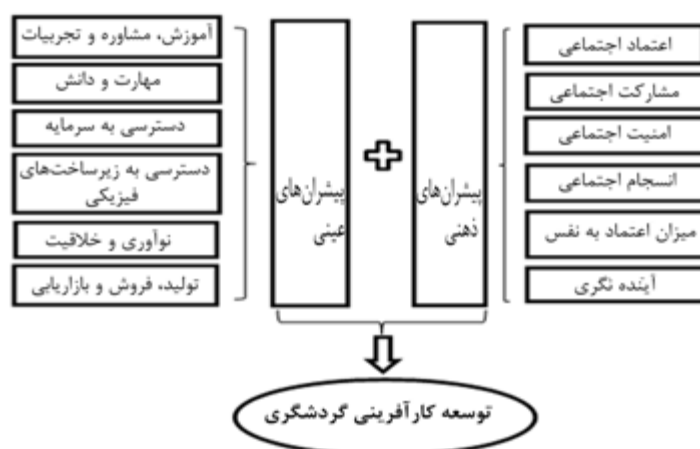
منطقه روستایی ایستگاه بیشه جزء بخش سپیددشت شهرستان خرم‌آباد و در ارتفاع ۱۲۰۰ متری از سطح دریا واقع شده است. آبشار بیشه در منطقه‌ای کوهستانی- جنگلی در مرکز استان و در نزدیکی شهرهای دورود و خرم‌آباد قرار گرفته است. قرارگیری مناسب این روستا در استان لرستان و قرارگیری استان در غرب کشور، همچنین ارتباط استان با استان‌های هم‌جوار، نزدیکی نسبی به کشورهای جنوب غربی و خلیج فارس، ارتباط و دسترسی به استان‌های منطقه مرکزی کشور و تهران از جمله ویژگی‌های جغرافیایی این روستای زیبا است.

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش به شرح زیر است:

توصیف جمعیت شناختی روستائیان مورد مطالعه

یافته‌های توصیفی نشان داد، ۷۳/۵ درصد نمونه، مرد و ۲۶/۵ درصد زن بودند. همچنین، ۲۰/۳ درصد افراد، مجرد و ۷۹/۷ درصد متأهل بودند. بررسی سنی نمونه‌های پژوهش مبین آن بود که ۳۸ نفر از پاسخگویان بین ۱۷ تا ۲۶ سال، ۹۸ نفر بین ۲۷ تا ۳۶ سال، ۶۷ نفر بین ۳۷ تا ۴۶ سال، ۵۸ نفر بین ۴۷ تا ۵۶



تصویر ۱. چارچوب مفهومی پژوهش، یافته‌های تحقیق (۱۳۹۶)

جدول ۱. میانگین، انحراف معیار نمره پیشران‌های عینی پاسخگویان مورد مطالعه.

بخش	مؤلفه	میانگین*	انحراف معیار	ضریب تغییرات	مقیاس
پیشران‌های عینی	آموزش، مشاوره و تجربیات	۳/۰۸	۰/۸۳	۰/۲۶۹	رتبه‌ای
	تولید، فروش و بازاریابی	۲/۹۱	۱/۰۱	۰/۳۴۷	رتبه‌ای
	مهارت و دانش	۳/۰۶	۱/۰۸	۰/۳۵۲	رتبه‌ای
	دسترسی به سرمایه	۳/۰۸	۱/۱۲	۰/۳۶۳	رتبه‌ای
	نوآوری و خلاقیت	۳/۰۴	۱/۱۴	۰/۳۷۵	رتبه‌ای
	دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی	۳/۰۶	۱/۱۵	۰/۳۷۶	رتبه‌ای

* دامنه میانگین‌ها بین ۱ = خیلی کم تا ۵ = خیلی زیاد است.

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

در توسعه کارآفرینی گردشگری منطقه مورد مطالعه، اما وضعیت آن‌ها برای پاسخ‌گویان در سطح متوسط است.

همان‌طور در جدول شماره ۴ ملاحظه می‌شود نتایج آزمون t تک نمونه‌ای نشان می‌دهد، تنها مقدار میانگین مؤلفه امنیت اجتماعی به‌طور معناداری از حد متوسط آزمون بالاتر است. با توجه به سطح معناداری که برای دیگر مؤلفه‌ها بیشتر از ۰/۰۵ است؛ با وجود اینکه پیشران‌های انسانی در توسعه کارآفرینی گردشگری نقش بسزایی دارند؛ اما وضعیت اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، میزان اعتماد به نفس و آینده‌نگری برای افراد مورد مطالعه در سطح متوسط است.

گروه‌بندی روستائیان بر اساس وضعیت پیشران‌ها

از آنجایی که زمینه‌های توسعه کارآفرینی گردشگری برای افراد عموم روستائیان مورد مطالعه یکسان نیست، به‌منظور گروه‌بندی افراد همسان در یک گروه، در پژوهش حاضر با به‌کارگیری تحلیل خوشه‌ای K-Means پیشران‌های انسانی برای روستائیان مورد بررسی قرار گرفت. همان‌طور که در تصویر شماره ۲ مشاهده می‌شود، بر اساس یافته‌های تحلیل خوشه‌ای، روستائیان مورد مطالعه به سه گروه تقسیم شده‌اند.

ضریب تغییرات مؤلفه‌های پیشران‌های ذهنی جدول شماره ۲ نشان می‌دهد افراد در خصوص نقش داشتن اعتماد اجتماعی در توسعه کارآفرینی گردشگری بیشترین توافق را داشتند و با ضریب تغییرات ۰/۳۵۰ در رتبه نخست قرار گرفته است. مشارکت اجتماعی با مسئولیت‌پذیر بودن افراد نسبت به محیط زندگی و بهبود شرایط موجود بررسی می‌شود، از دید پاسخ‌گویان با ضریب تغییرات بیش از ۰/۳۵۵ در رتبه دوم قرار گرفت. انسجام اجتماعی با بررسی روابط خانوادگی و خویشاوندی با نقش داشتن در توسعه کارآفرینی گردشگری، از دید افراد با ضریب تغییرات بیش از ۰/۳۵۷ رتبه سوم را کسب کرده است. امنیت اجتماعی با ضریب تغییرات ۰/۳۷۱ در رتبه چهارم و مؤلفه آینده‌نگری با ضریب تغییرات ۰/۴۰۳ در رتبه پنجم قرار گرفت و در نهایت پاسخ‌گویان کمترین توافق را در میزان اعتماد به نفس داشتند.

نتایج بررسی فراهم بودن پیشران‌ها

نتیجه آزمون t تک نمونه‌ای در جدول شماره ۳ با توجه به سطح معناداری نشان می‌دهد مقدار میانگین مؤلفه‌های پیشران‌های عینی با نمره استاندارد آزمون تفاوت معناداری ندارد. بر اساس این یافته، با وجود اهمیت مؤلفه‌های پیشران‌های عینی

جدول ۲. میانگین، انحراف معیار نمره پیشران‌های ذهنی پاسخگویان مورد مطالعه.

بخش	مؤلفه	میانگین*	انحراف معیار	ضریب تغییرات	مقیاس
پیشران‌های ذهنی	اعتماد اجتماعی	۳/۰۸	۱/۰۸	۰/۳۵۰	رتبه‌ای
	مشارکت اجتماعی	۳/۰۷	۱/۰۹	۰/۳۵۵	رتبه‌ای
	انسجام اجتماعی	۲/۹۱	۱/۰۴	۰/۳۵۷	رتبه‌ای
	امنیت اجتماعی	۳/۸۰	۱/۴۱	۰/۳۷۱	رتبه‌ای
	آینده‌نگری	۳/۰۰	۱/۲۱	۰/۴۰۳	رتبه‌ای
	میزان اعتماد به نفس	۲/۹۴	۱/۲۰	۰/۴۰۸	رتبه‌ای

* دامنه میانگین‌ها بین ۱ = خیلی کم تا ۵ = خیلی زیاد است.

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

جدول ۳. بررسی میزان پیشران‌های عینی با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای.

مؤلفه	مقدار میانگین	آماره *t	سطح معنی‌داری	تفاوت میانگین	سطح اطمینان ۹۵ درصد
				کران پایین	کران بالا
آموزش، مشاوره و تجربیات	۳/۰۸۷	۱/۷۷۷	۰/۰۷۷	۰/۰۸۷	۰/۱۸۳
مهارت و دانش	۳/۰۸۱	۱/۲۳۵	۰/۲۱۸	۰/۰۸۱	۰/۲۱۰
دسترسی به سرمایه	۳/۰۶۱	۰/۹۶۶	۰/۳۳۵	۰/۰۶۱	۰/۱۸۵
دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی	۳/۰۶۹	۱/۰۲۸	۰/۳۰۵	۰/۰۶۹	۰/۲۰۲
نوآوری و خلاقیت	۳/۰۴۹	۰/۷۳۱	۰/۴۶۶	۰/۰۴۹	۰/۱۸۱
تولید، فروش و بازاریابی	۲/۹۱۱	-۱/۴۹۳	۰/۱۳۷	-۰/۰۸۸	-۰/۲۰۵

* میزان استاندارد آزمون= ۳ است.

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

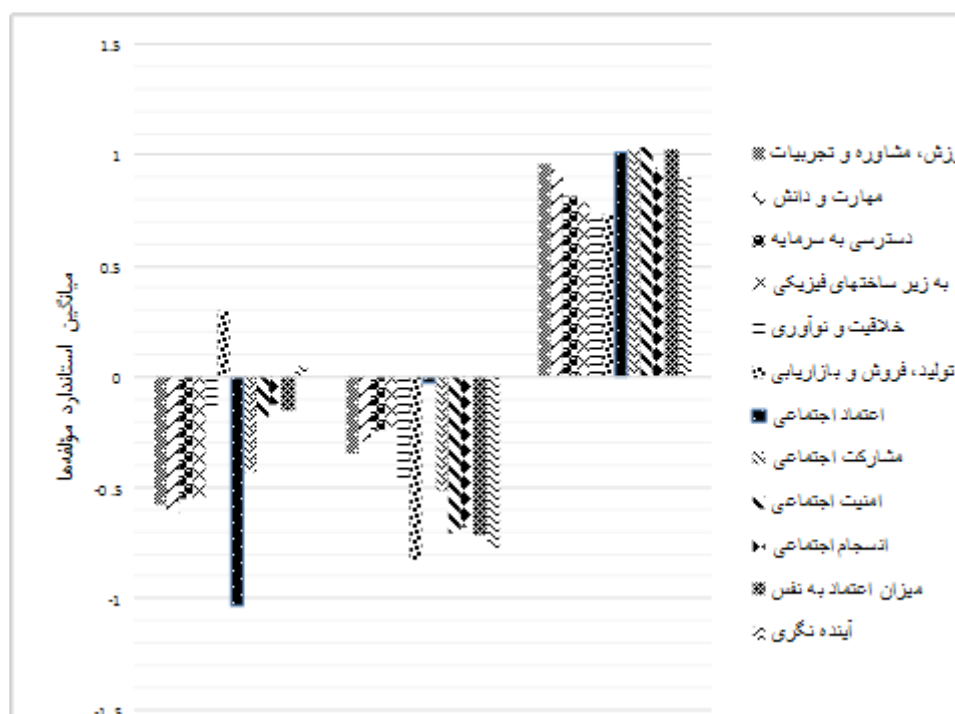
جدول ۴. بررسی میزان پیشران‌های ذهنی با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای.

مؤلفه	مقدار میانگین	آماره *t	سطح معنی‌داری	تفاوت میانگین	سطح اطمینان ۹۵ درصد
				کران پایین	کران بالا
اعتماد اجتماعی	۳/۰۸۰	۱/۲۷۱	۰/۲۰۵	۰/۰۸۰	۰/۲۰۶
مشارکت اجتماعی	۳/۰۷۱	۱/۱۰۸	۰/۲۶۹	۰/۰۷۱	۰/۱۹۷
انسجام اجتماعی	۲/۹۱۳	-۱/۴۱۱	۰/۱۵۹	-۰/۰۸۶	-۰/۰۳۴
امنیت اجتماعی	۳/۸۰۱	۹/۶۷۶	۰/۰۰۰۱	۰/۸۰۱	۰/۹۶۴
میزان اعتماد به نفس	۲/۹۴۲	-۰/۸۱۷	۰/۴۱۵	-۰/۰۵۷	-۰/۱۹۶
آیندنگری	۳/۰۰۷	۰/۱۰۸	۰/۹۱۴	۰/۰۰۷	۰/۱۲۸

* میزان استاندارد آزمون= ۳ است.

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

فصلنامه پژوهش‌های روستایی



تصویر ۲. گروه‌بندی روستاییان بر اساس وضعیت پیشران‌های انسانی. یافته‌های پژوهش (۱۳۹۶)

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

گروه اول: روستاییان نیم‌ساز

این گروه شامل ۸۶ نفر بود. در این گروه از بین مؤلفه‌های پیشران عینی مؤلفه تولید، فروش و بازاریابی در سطح بالاتر و مثبت قرار دارد، در حالی که مؤلفه‌های آموزش، مشاوره و تجربیات، مهارت و دانش، دسترسی به سرمایه، دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی، خلاقیت و نوآوری در سطح پایین و منفی قرار دارند. از بین مؤلفه‌های پیشران‌های ذهنی، آینده‌نگری نسبت به مؤلفه‌های اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، امنیت اجتماعی، انسجام اجتماعی و میزان اعتماد به نفس در سطح بالا و مثبتی قرار دارد. اعتماد اجتماعی نسبت به دیگر مؤلفه‌ها از وضعیت نامطلوب‌تری برخوردار بود. با توجه به این یافته از پژوهش، پاسخ‌گویان گروه نیم‌ساز تنها یک مؤلفه از بخش پیشران‌های عینی و یک مؤلفه از بخش پیشران‌های ذهنی را در خصوص توسعه کارآفرینی گردشگری مثبت ارزیابی کردند و در مورد دیگر مؤلفه‌های پژوهش وضعیت مطلوبی نداشتند.

گروه دوم: روستاییان ناساز

این گروه شامل ۱۱۳ نفر است. در این گروه مؤلفه‌های پیشران‌های انسانی در وضعیت نامطلوب و منفی قرار دارند. این در حالی است که به‌جز تولید، فروش و بازاریابی، وضعیت پیشران‌های عینی نسبت به بخش پیشران‌های ذهنی مساعدتر

جدول ۵. آنالیز واریانس سطح پیشران‌های عینی بر اساس سطوح خوشه‌بندی.

مؤلفه	سطوح	* میانگین	انحراف معیار	آماره F	سطح معناداری
آموزش، مشاوره و تجربیات	نیم‌ساز	۲۰/b۸۳	۵/۲۴	۱۱۱/۸۰	۰/۰۰۰۱
	ناساز	۲۲/b۳۹	۴/۵۹		
	هم‌ساز	۳۱/a۱۳	۵/۳۶		
مهارت و دانش	نیم‌ساز	۱۴/c۳۲	۵/۴۵	۱۰۶/۶۳	۰/۰۰۰۱
	ناساز	۱۶/b۵۱	۴/۹۳		
	هم‌ساز	۲۴/a۸۰	۵/۰۳		
دسترسی به سرمایه	نیم‌ساز	۱۲/c۳۴	۴/۵۳	۶۹/۵۷	۰/۰۰۰۱
	ناساز	۱۳/b۹۵	۴/۴۶		
	هم‌ساز	۱۹/a۷۲	۴/۳۶		
دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی	نیم‌ساز	۹/c۲۴	۳/۸۲	۶۳/۶۸	۰/۰۰۰۱
	ناساز	۱۱/b۲۳	۳/۶۹		
	هم‌ساز	۱۵/a۹۲	۴/۰۸		
نوآوری و خلاقیت	نیم‌ساز	۸/b۶۵	۳/۱۸	۴۸/۴۶	۰/۰۰۰۱
	ناساز	۷/c۵۳	۲/۵۷		
	هم‌ساز	۱۱/a۵۹	۳/۲۸		
تولید، فروش و بازاریابی	نیم‌ساز	۴۱/b۸۳	۱۰/۶۱	۱۳۴/۸۹	۰/۰۰۰۱
	ناساز	۲۶/c۹۲	۹/۷۰		
	هم‌ساز	۳۷/a۵۲	۸/۷۱		

* حروف غیر یکسان نشان‌دهنده تفاوت معنادار از لحاظ آماری بر اساس آزمون شفه است.

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

جدول ۶. تحلیل واریانس سطح پیشران‌های ذهنی بر اساس سطوح خوشه‌بندی.

مؤلفه	سطوح	میانگین*	انحراف معیار	آماره F	سطح معناداری
اعتماد اجتماعی	نیم‌ساز	۳۳/۷۲۳	۱۲/۹۱	۱۷۳/۶۰	۰/۰۰۰۱
	ناساز	۵۱/۷۵۸	۹/۵۹		
	هم‌ساز	۷۰/۸۹۸	۱۰/۸۵		
مشارکت اجتماعی	نیم‌ساز	۱۵/۷۶۲	۵/۴۶	۱۳۹/۹۱	۰/۰۰۰۱
	ناساز	۱۵/۷۰۷	۴/۴۹		
	هم‌ساز	۲۵/۸۱۶	۴/۱۳		
امنیت اجتماعی	نیم‌ساز	۱۰/۷۶۲	۳/۲۵	۲۵۹/۳۸	۰/۰۰۰۱
	ناساز	۸/۷۴۰	۲/۵۰		
	هم‌ساز	۱۵/۸۸۱	۲/۸۷		
انسجام اجتماعی	نیم‌ساز	۱۶/۷۶۹	۵/۱۸	۱۳۸/۶۳	۰/۰۰۰۱
	ناساز	۱۳/۷۲۳	۴/۰۲		
	هم‌ساز	۲۳/۸۴۲	۴/۶۵		
میزان اعتماد به نفس	نیم‌ساز	۱۱/۷۰۱	۳/۷۵	۱۷۴/۳۷	۰/۰۰۰۱
	ناساز	۸/۷۴۰	۳/۱۰		
	هم‌ساز	۱۶/۸۷۲	۲/۸۹		
آینده‌نگری	نیم‌ساز	۱۲/۷۲۷	۴/۲۶	۱۲۶/۵۰	۰/۰۰۰۱
	ناساز	۸/۷۴۰	۳/۲۵		
	هم‌ساز	۱۶/۸۴۲	۲/۸۶		

* حروف غیر یکسان نشان‌دهنده تفاوت معنادار از لحاظ آماری بر اساس آزمون شفه است.

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

استفاده یا استفاده ناکافی از کلاس‌های ترویجی، توصیه‌های فنی کارشناسان و مروجان و تجربیات دیگران در روستای بیشه باشد. **گریس و اوهم (۲۰۱۳)** بیان کرده‌اند در سال‌های آخر تحصیلی بین مشاوره شغلی و مهارت‌های توسعه کارآفرینی رابطه مثبت و قوی وجود دارد یعنی با افزایش سطح تحصیلات همبستگی بین مشاوره شغلی و مهارت‌های توسعه کارآفرینی افزایش می‌یابد. از مجموع ۹۲ نفر گروه هم‌ساز، سطح تحصیلات ۱۹/۶ درصد کمتر از دیپلم؛ از مجموع ۱۱۳ نفر گروه ناساز، سطح تحصیلات ۶۴/۶ درصد کمتر از دیپلم و از مجموع ۸۶ نفر گروه نیم‌ساز، سطح تحصیلات ۶۱/۶ درصد کمتر از دیپلم بود. به همین دلیل وضعیت مؤلفه مهارت و دانش در گروه هم‌ساز مطلوب و برای افراد گروه‌های نیم‌ساز و ناساز نامطلوب است.

تأمین سرمایه از طریق بانک کارآمدتر از تأمین مالی سرمایه پرمخاطره است (Brander & 2006) البته زیاده‌روی در استقراض به‌منظور دسترسی به سرمایه در حالت میانه‌روی و اعتدال امری پسندیده نیست (Campello, 2006). آزمون t تک نمونه‌ای نشان داد سطح دسترسی به سرمایه برای روستاییان متوسط است زیرا از بین ۲۹۱ نفر، ۹۲ نفر گروه هم‌ساز از دسترسی به سرمایه مطلوبی برخوردارند. از بین سه گروه تحلیل خوشه‌ای، دسترسی به سرمایه دو گروه نیم‌ساز و ناساز مطلوب نیست که برای گروه نیم‌ساز نامطلوب‌تر است. بنا بر وضعیت مشاهده شده توسط

همان‌طور که در **جدول شماره ۶** مشاهده می‌شود، اعتماد اجتماعی سه گروه از سطح غیرمشابهی برخوردار بود. سطح مشارکت اجتماعی دو گروه نیم‌ساز و ناساز مشابه ولی با گروه هم‌ساز متفاوت است. همچنین امنیت اجتماعی، انسجام اجتماعی، میزان اعتماد به نفس و آینده‌نگری در بین سه گروه متفاوت است.

بحث و نتیجه‌گیری

در عصر حاضر صنعت گردشگری در اقتصاد تجاری جهان به‌خصوص در توسعه اقتصادی کشورها نقش مهمی دارد. توجه به توسعه گردشگری از سیاست‌های محوری در سطح جهان و ملی است که با هدف درآمدزایی مد نظر قرار گرفته می‌شود. به‌کارگیری کارآفرینی در مناطق جاذبه گردشگری منجر به پیدایش مشاغل جدید و رونق مجدد کسب‌وکارهای سنتی در محل می‌شود. بر این اساس در پژوهش حاضر با توجه به موقعیت جغرافیایی و طبیعی مناسب روستای ایستگاه بیشه همچنین وجود کارآفرینی گردشگری به بررسی پیشران‌های انسانی در توسعه آن پرداخته شد. یافته‌ها نشان داد آموزش، مشاوره و تجربیات برای پاسخ‌گویان با میزان استاندارد آزمون یعنی ۳ تفاوت معناداری ندارد ولی برای دو گروه نیم‌ساز و ناساز در وضعیت نامطلوبی قرار دارد. این وضعیت می‌تواند به دلیل عدم

محقق، به نظر می‌رسد این نتیجه پژوهش به دلیل ناکافی بودن سرمایه شخصی افراد، عدم مالکیت افراد بر روی اراضی کشاورزی، کمبود دسترسی به تجهیزات کشاورزی و... است. همچنین نتایج آزمون t تک نمونه‌ای نشان داد دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی در این روستا در سطح متوسط قرار دارد، ولی بر اساس تحلیل خوشه‌ای برای دو گروه نیم‌ساز و هم‌ساز نامطلوب است.

سولیس‌تو^۷ (۲۰۱۶) گزارش کرد تولید و فروش محصولات از طریق بازاریابی یک نوآوری است که با توانمندسازی افراد بر کارآفرینی تأثیر مثبت می‌گذارد؛ وضعیت کلی این مؤلفه در پژوهش برای افراد در سطح متوسط قرار داشت؛ زیرا مؤلفه تولید، فروش و بازاریابی برای دو گروه هم‌ساز و نیم‌ساز مطلوب است. به دلیل اینکه بازاریابی و روش‌های ترغیبی جذب مشتریان در روستای مورد مطالعه به موقع صورت نمی‌گیرد؛ وضعیت این مؤلفه برای گروه ناساز نامطلوب نبود. **وثوقی و آرام (۲۰۰۹)** در پژوهشی بیان کردند با افزایش سن، اعتماد اجتماعی افراد نیز افزایش می‌یابد. در این مطالعه، سن بیشتر پاسخ‌گویان کمتر از ۴۶ سال بود. همچنین اعتماد اجتماعی افراد در گروه هم‌ساز مطلوب و گروه نیم‌ساز و ناساز نامطلوب بود. بنابراین، بر اساس آزمون t تک نمونه‌ای، وضعیت مؤلفه اعتماد اجتماعی کل پاسخ‌گویان در سطح متوسط است. از آنجایی که سطح تحصیلات افراد دو گروه نیم‌ساز و ناساز کمتر از دیپلم است؛ با وجود اینکه نتایج آزمون t تک نمونه‌ای نشان داد مشارکت اجتماعی در سطح متوسط قرار دارد؛ بنا بر دلیل بیان شده وضعیت این مؤلفه برای افراد دو گروه نیم‌ساز و ناساز نامطلوب بود؛ این یافته از پژوهش با نظرات **Lerner (1964)** و **Ingleheart (1995)** که معتقد بودند با افزایش سطح تحصیلات گرایش افراد به مشارکت بیشتر خواهد بود و بالعکس، منطبق است. **بیدل و محمودزاده (۲۰۱۲)** در پژوهشی نشان دادند با افزایش سن، تعلق اجتماعی افراد افزایش می‌یابد. با توجه به فراوانی گروه‌های سنی می‌توان این‌گونه استنباط کرد، انسجام اجتماعی متوسط افراد در پژوهش به خاطر سن آن‌هاست. همچنین بر اساس صحبت صورت گرفته با افراد و مشاهده محقق، رفت‌وآمد افراد با اقوام و دوستان، تعداد دوستان و آشنایان از دیگر اقوام و ازدواج با غریبه‌ها و... کم بود؛ بر همین اساس، انسجام اجتماعی در دو گروه نیم‌ساز و ناساز مطلوب نبود. امنیت اجتماعی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در میان زنان و مردان متفاوت است، به گونه‌ای که در میان زنان کمتر از مردان است. به دلیل اینکه اکثر پاسخ‌گویان پژوهش، گروه مردان بودند، نتایج آزمون t تک نمونه‌ای نشان داد وضعیت این مؤلفه بیش از میزان استاندارد (عدد ۳) است. میزان اعتماد به نفس افراد در مجردها پایین‌تر از متأهلین است. همچنین بین سن و اعتماد به نفس رابطه منفی و معناداری وجود دارد (**Nazarzadeh, Mami & Nazarzadeh, 2014**). در این پژوهش، اغلب افراد متأهل

و سن افراد کمتر از ۴۶ بود اما میزان اعتماد به نفس افراد در حد متوسط است. وضعیت این مؤلفه برای گروه هم‌ساز مطلوب، گروه نیم‌ساز نامطلوب و ۱۱۳ نفر گروه ناساز نامطلوب‌تر بود. این نتیجه می‌تواند به خاطر پایین بودن استقلال فردی دو گروه نیم‌ساز و ناساز در فعالیت‌ها و تصمیم‌گیری‌ها، اعتماد به نفس و خوداتکایی، علاقه به خوداشتغالی و فعالیت و انگیزه برای استفاده از منابع جدید باشد. این یافته از آزمون t تک نمونه‌ای می‌تواند با نظریه مازلو منطبق باشد. نیاز احترام از طریق قدرت، موقعیت اجتماعی و اعتماد به نفس ارضاء می‌شود و چون روستاییان بیشتر تمرکزشان بر تأمین غذا، مسکن و خواب (نیاز فیزیولوژیک)، حفاظت در برابر صدمات (نیاز ایمنی) و حس تعلق به گروه‌ها برای رفع احتیاجات خود (نیاز اجتماعی) است؛ کمتر به نیاز احترام و خودشکوفایی توجه دارند.

در پایان با توجه به یافته‌های پژوهش، به‌منظور ارتقای توسعه کارآفرینی گردشگری در افراد مورد مطالعه، پیشنهادهایی ارائه می‌شود:

- ارائه تسهیلات مناسب جهت خرید ماشین‌آلات کشاورزی، نظارت بر اجاره بهاء واگذاری زمین‌های کشاورزی، اعطای وام‌های کم‌بهره با دوره بازپرداخت بلندمدت و بهسازی بسترها و زیرساخت‌های برق، جاده و... می‌تواند منجر به بهبود وضعیت این مؤلفه‌ها برای روستاییان در گروه نیم‌ساز و ناساز شود.
- به‌منظور بهبود مؤلفه تولید، فروش و بازاریابی برای روستاییان گروه ناساز، استفاده از تجربیات دو گروه هم‌ساز و نیم‌ساز و الگوی تولید، فروش و بازاریابی آن‌ها، آشنایی با بازارها، توانایی چانه‌زنی، شناسایی کانال‌های فروش و پیش‌فروش کردن محصولات پیشنهاد می‌شود.
- برای بهبود اعتماد بین فردی در سال‌های بالاتر زندگی افراد، باید توسط خانواده‌های آن‌ها این اعتماد شکل بگیرد تا افراد نسبت به اعضای خانواده، خویشاوندان، همسایگان، هم‌محلی‌ها و ... اعتماد داشته باشند. در خصوص بهبود اعتماد نهادی گروه نیم‌ساز ارگان‌های دولتی و خصوصی از طریق عمل کردن به وظایف و وعده‌های خود در برنامه‌ریزی‌های محلی در این روستا می‌توانند نقش بسزایی داشته باشند.
- شناسایی افراد و سهمیم کردن آن‌ها در تصمیم‌گیری برنامه‌ریزی‌های محلی و محول کردن بخشی از وظایف به آن‌ها می‌تواند در ارتقاء مشارکت اجتماعی افراد گروه نیم‌ساز و ناساز مؤثر باشد.
- جهت ارتقاء امنیت محیط زندگی افراد، لازم است برقراری امنیت توسط ارگان‌های مرتبط دقت و نظارت بیشتری

لحاظ شود.

- با شناسایی گروه افراد هم‌ساز در روستا به‌عنوان گروه نمونه، برای ترغیب دیگر افراد روستایی کمک گرفته شود.

تشکر و قدردانی

این تحقیق هیچ کمک ویژه‌ای از سازمان‌های تأمین مالی در بخش‌های عمومی، تجاری یا غیرانتفاعی دریافت نکرده است.

References

- Abdol Manafi, T., & Azkia, M. (2011). [Factors affecting tourism industry in Kelardasht village (Persian)]. *Agricultural Extension and Education Research*, 4(1), 99-113.
- Adekiya, A. A., & Ibrahim, F. (2016). Entrepreneurship intention among students. The antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. *The International Journal of Management Education*, 14(2), 116-132.
- Bakhshi, M. R., Pirdadeh Beyranvand, K., & Falaki, M. (2017). [An investigation of the relationship between social capital and environmental behaviors among students at Faculty of Agriculture, Natural Resources and Environment, University of Birjand (Persian)]. *Social Capital Management*, 4(3), 451-473.
- Bascavusoglu-Moreau, E., Kopera, S., & Wszendybyl-Skulska, E. (2013). The role of creativity in development of innovation in tourism.
- Bhagavatula, S., Elfring, T., Tilburg, A. V. and Gerhard G. V. B. (2010). How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. *Journal of Business Venturing*, 25(3), 245-260.
- Bidel, P. N., & Mahmoodzadeh, A. A. (2012). [A study on the social belonging of people to Iranian society and its relation with social trust and individualism. (Persian)]. *Journal of Iranian Cultural Research*, 5(2), 31-63.
- Brander, A. & Bettignies, J. (2006). Financing entrepreneurship: Bank finance versus venture capital. *Journal of Business Venturing*, 22(7), 808-832.
- Campello, M. (2006). Debt financing: Does it boost or hurt firm performance in product markets? *Journal of Financial Economics*, 82(1), 135-172.
- De Bettignies, J. E., & Brander, J. A. (2007). Financing entrepreneurship: Bank finance versus venture capital. *Journal of Business Venturing*, 22(6), 808-832.
- Duk-Byeong, P., Kwang-Woo, L., Hyun-Suk, C., & Yooshik, Y. (2012). Factors influencing social capital in rural tourism communities in South Korea. *Tourism Management*, 33, 1511-1520.
- Farahani, A., & Falahati, M. (2007). [The relationship between psychological factors of empowerment and organizational entrepreneurship of experts at physical education institutions (Persian)]. *Research in Sport Sciences*, 5 (15), 79-67.
- Feyzollahi, M. H. (2004). [Potencys of development of rural tourism in the Meshkinshar county case: Western Moshkin and Eastern Moshkin, (Masters Dissertation) (Persian)]. Shahid Beheshti University, Department of Earth Sciences, Faculty of Geography.
- Ghadiri Ma'Soum, M., Hajipour, M., Qaghozlu, H., & Jouranbian, M. R. (2017). [The analysis of the role of social capital in risk-taking and entrepreneurship of rural youth (Case Study: Tonekabon County). (Persian)]. *Journal of Research and Rural Planning*, 5(4), 17-31.
- Ghanian, M., & Fotovati, H. (2014). [Tourism is a strategy for developing entrepreneurship of rural women. (Persian)]. *Job and Society*, 159, 39-34.
- Govahi, A. (2016). [Investigating future studies in Iran and some selected countries in the world (Persian)]. Tehran: Academy of Sciences.
- Grace, E. O. E., & Ihuoma, I. H. (2013). Relationship between counselling and entrepreneurship development skills of Nigerian final year undergraduates. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 84, 120-127.
- Health Network and Cure of Sepid Dasht (2017). [Centre for the comprehensive health service of the village of Bisheh (Persian)].
- Hesam, M., Rezvani, M. R., Faraji Sabokbar, H., & Bastani, S. (2017). [Assessment of tourism entrepreneurship development in rural areas (Case Study: Villages of Larijn). (Persian)]. *Human Geography Research Quarterly*, 48(4), 603-616.
- Imani Gheshlagh, S., Khani, F., & Hashemi, S. S. (2008). [The role of tourism in improvement of rural women's entrepreneurship: A comparative Study of Kandovan and Eskandan villages in Osku District (Persian)]. *Journal of Geography and Regional Development (Peer-reviewed)*, 10(18), 217- 238.
- Ingleheart, R. (1995). Cultural change in advanced industrial society. Trans. by Maryam Vetr. Kavir Publication, Tehran.
- Kakapour, S., & Khonifar, H. (2014). [The study of relations between social skill of entrepreneurs, market orientation and corporate entrepreneurship among knowledge-based organizations in Tehran (Persian)]. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(2), 349-367.
- Kazemi, M., Esmaeilei, M. R., & Beigi Firozi, A. (2013). [Establishment and selection of strategy for tourism development in Lorestan province based on SWOT analysis and quantitative strategic planning matrix (Persian)]. *Geography and Development Iranian Journal*, 11(32), 47-60.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Lerner, D. (1964). The passing of traditional Society, Modernizing the Middle East. New York, The Macmillan com.
- Mohammadi, E., Pourshahani, F., & Azadkhani, P. (2015). [The role of social capital of the citizens of Ilam province in attracting tourists (Persian)]. *Tourism Planning and Development*, 4(12), 93-106.
- Movahed, A. (2007). [Urban Tourism (Persian)]. Shahid Chamran University Press, Ahvaz First Printing, Ahvaz.
- Najafi Tuahkhoshkah, P., & Azadi, S. (2012). [The importance of extension of entrepreneurship in tourism industry section (Persian)]. National Conference of Entrepreneurship and Managing Knowledge Based Businesses, Babolsar, Trod Shomal Research Company, 3, 28.
- Nasrolahi Vosta, L., & Jalilvand, M. R. (2014). [Examining the influence of social capital on rural women entrepreneurship: An empirical study in Iran. World Journal of Entrepreneurship (Persian)]. *Management and Sustainable Development*, 10(3), 209-227.
- Nazarzadeh, F., Mami, Sh., & Nazarzadeh, M. (2014). [Examine the relationship between personality type and level of confidence in the girl students in Zainab hostel of Lorestan University (Persian)]. *Journal of Ilam University*, 22(3), 149-154.
- Peterson, G. W., Sampson, J. P., Jr., & Reardon, R. C. (1991).

Career development and services: A cognitive approach. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.

Rastghalam, M., Seydaei, S.E., & Nouri, S. H. (2016). [Determination of the key drivers of creative village approach by using MicMac software (Persian)]. *Journal of Rural Research*, 7(2), 316-329.

Scherer, R. F., Brodzinski, J. D., & Wiebe, F. (1991). Examining the relationship between personality and entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship & Regional Development*, 3(2), 195-206.

Sulisty, H. (2016). Innovation capability of SMEs through entrepreneurship, marketing capability, relational capital and empowerment. *Asia Pacific Management Review*, 21(4), 196-203.

Taghilo, A. A., Soltani, N., & Aftab, A. (2016). [Propellants of rural development in Iran (Persian)]. *The Journal of Spatial Planning*, 20(4), 1-28.

Talebi, K., Davari, A., & Taghavi, N. S. (2015). [Identifying the effect of the strategic entrepreneurship on the financial and non-financial performance (Case Study: Fanap Company in Tehran) (Persian)]. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(4), 635-651.

Vosoughi, M., & Aram, H. (2009). [The study of social trust and its effective factors in Khalkhal city (Ardabil province) (Persian)]. *Social Sciences Research*, 3 (3), 133-153.

Zende Del, H. (2007). [Tourism guide for the villages of Iran 2 (Persian)]. Publisher: Irangardan.

Zhao, W., Ritchie, J.R. B., & Echtner, C. M. (2011). Social capital and tourism entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1570-1593.

Zunker, V. (2006). *Career counseling a holistic approach*. California: Brooks/ Cole Publishing Company.

