فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هفتم، شماره چهارم (پیاپی ۲۶)، زمستان ۱۳۹۷
شاپای چاپی ۲۳۲۲-۲۱۳۱ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X- ۲۵۸۸
http://serd.khu.ac.ir
صفحات ۳۶-۲۱

تحلیل اثرات کارآفرینی بر توسعه پایدار گردشگری روستایی شهرستان اردبیل

محمدرضا سلیمی سبحان*؛ استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، پژوهشگاه علوم انتظامی و مطالعات اجتماعی، تهران، ایران.
سلمان فیضی؛ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
محمد یاپنگ غراوی؛ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۰/۰۶ پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۰۵/۲۸

چکیده

توسعه پایدار گردشگری روستایی قادر به تأمین نیاز گردشگران، فراهم ساختن فرصت‌هایی برای افزایش رشد اقتصادی، حفاظت از مکان‌های فیزیکی روستا و بهبود کیفیت زندگی است، این صنعت به‌صورت هم‌زمان قادر به افزایش فرصت‌ها از طریق ایجاد زمینه‌های همزیستی توسعه پایدار و کیفیت زیست‌محیطی است. این ویژگی‌ها باعث شده است تا مفهوم توسعه پایدار به‌صورت گسترده‌ای در میان جوامع علمی موردبحث قرارگرفته و توسعه گردشگری پایدار به ابزاری مهم جهت مدیریت پایدار جوامع روستایی مبدل شود. هدف اصلی پژوهش بررسی تأثیر کارآفرینی روستایی برحمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری با تأکید بر نقش میانجی محیط اجتماعی روستا در روستاهای دهستان سردابه اردبیل است. روش پژوهش توصیفی-تحلیلی، جامعه آماری پژوهش خانوارهای ساکن در دهستان سردابه اردبیل است که با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه ۲۸۶ خانوار برآورد گردید. داده‌های پژوهش به‌صورت اسنادی و پیمایشی(پرسشنامه) جمع‌آوری شد به‌منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری در محیط نرم‌افزار Lisrel استفاده شد یافته‌های پژوهش نشان داده است که کارآفرینی روستایی بر محیط اجتماعی روستا و حمایت ساکنان از گردشگری پایدار روستا تاثیرمثبت و معناداری دارد. همچنین نشان داد که محیط اجتماعی روستا بر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری موثر بوده و اثرات محیط اجتماعی روستا در رابطه بین کارآفرینی روستایی با توسعه پایدار گردشگری به عنوان نقش میانجی دارای تأثیر مثبت و معناداز است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی روستایی، گردشگری روستایی، محیط اجتماعی روستا، دهستان سردابه.

* salimi_geo@yahoo.com

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

۱)مقدمه

رشد روزافزون جمعیت در ایران با تحولات عمیق در نسبت جمعیت شهری و روستایی همراه بوده است. با افزایش چند برابری جمعیت در ایران، به همان میزان نیز از سهم جمعیتی روستاها کاسته شده است. این پدیده ابعاد جهانی داشته و موجب ایجاد تحولات عمیقی در جوامع روستایی کشورهای درحال‌توسعه شده است، تحولاتی که تأثیرات خود را زندگی و منابع درآمدی روستاییان نشان داده است. بر این اساس با افول صنایع سنتی به‌عنوان منابع درآمدی جوامع روستایی، این جوامع می‌بایست ابزار جایگزینی را جهت تقویت منابع اقتصادی برای توسعه جوامع خود بیابند (Siu, & Leung,2013:456). گردشگری روستایی می‌تواند نقش عمده‌ای در توانمندسازی، متنوع سازی اقتصادی، ایجاد اشتغال و درآمد کاهش مهاجرت و بهبود زیرساخت‌های داشته باشد (عنابستانی و همکاران،۱۳۹۶:۱۵۱). گردشگری قادر به تأمین فواید اقتصادی قابل‌توجهی برای ساکنان محلی بوده و به ارتقاء مقصد میزبان کمک می‌نماید، این صنعت اجتماع‌محور، به گزینه‌ای باارزش برای توسعه روستایی مبدل شده است (Lee,2013:39). توسعه پایدار گردشگری روستایی قادر به تأمین نیاز گردشگران، فراهم ساختن فرصت-هایی برای افزایش رشد اقتصادی، حفاظت از مکان‌های فیزیکی روستا و بهبود کیفیت زندگی است، این صنعت به‌صورت هم‌زمان نیز قادر به افزایش فرصت‌ها برای آیندگان از طریق ایجاد زمینه‌های همزیستی توسعه پایدار و کیفیت زیست‌محیطی است. این ویژگی‌ها باعث شده است تا مفهوم توسعه پایدار به‌صورت گسترده‌ای در میان جوامع علمی موردبحث قرارگرفته و توسعه گردشگری پایدار اجتماع‌محور به ابزاری مهم جهت مدیریت پایدار جوامع روستایی مبدل شود (Sirisrisak,2009:408). از سوی دیگر جوامع محلی روستایی خود نیز نقش مهمی در حفظ جاذبه‌های گردشگری محلی ایفاء می‌کنند. علاوه بر این مشارکت آنان در توسعه پایدار گردشگری در توسعه اقتصادی و بهبود کیفیت کلی زندگی آنان نیز تأثیرگذار است. حمایت و مشارکت ساکنان در توسعه گردشگری می‌تواند از طریق حل تعارض میان نیازها و علایق ساکنان گوناگون مقاصد، کیفیت زندگی آنان را بهبود بخشیده توسعه اقتصادی مقاصد را افزایش دهد (Su &Wall,2014:149l). مشارکت جوامع محلی در مقاصد به‌صورت گسترده‌ای تحت عنوان گردشگری پایدار موردبحث قرارگرفته است و اکثر مطالعات بر این نکته تأکید داشته‌اند که برنامه-ریزی موفق گردشگری بر حمایت و درگیر شدن ساکنان محلی در فعالیت‌های گردشگری اتکا دارد (Rasoolimanesh et al,2015:337)؛ زیرا بدون مشارکت جامعه محلی در پیاده‌سازی توسعه گردشگری، توسعه این جوامع نیز با شکست روبرو خواهد شد (Sharp et al:2012:407). کنترل و توسعه فعالیت‌های گردشگری در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی از سوی ساکنان محلی در چارچوب الگوی توسعه گردشگری جامعه‌محور، زمینه‌ساز پایداری گردشگری است. دستیابی به چنین هدفی، متضمن سطح بالای مشارکت جوامع محلی تحت لوای پایداری در فرایند توسعه گردشگری است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

اهمیت درک رابطه میان ساکنان جوامع و توسعه گردشگری، از موضوعات موردعلاقه محققین در این زمینه بوده است (Gursoy et al,2010:383). گردشگری روستایی موجب ایجاد تغییراتی در محیط زندگی جامعه روستایی می‌شود، بر این اساس مواجهه مثبت جامعه روستایی به‌عنوان میزبان با گردشگران و توسعه گردشگری به‌عنوان عاملی حیاتی جهت توسعه موفق گردشگری در نظر گرفته‌شده است. و به دلیل اینکه ساکنان محلی گروه عمده‌ای از افراد تحت تأثیر اثرات گردشگری به شمار می‌روند، درک رفتار مرتبط آنان با گردشگری، امری مهم است (Hwang, & Stewart,2016:86). بر این اساس ساکنان ممکن است برای حداقل سازی آثار منفی و حداکثر سازی آثار مثبت گردشگری تلاش نمایند. بر این اساس درگیر شدن ساکنان در امر گردشگری، جامعه روستایی را تشویق به حمایت از توسعه گردشگری به طریقی که مطابق با خواسته‌های آنان باشد، تشویق می‌نماید. کارآفرینی روستایی در مقاصد گردشگری می‌تواند زمینه را برای مشارکت ساکنان درروند توسعه گردشگری فراهم کند. تلفیق مناسب و دقیق گردشگری و کارآفرینی، ضمن پاسخگویی به نیازهای روستاییان، موجب توسعه پایدار گردشگری روستایی می‌شود (Haobin et al,2014:908). می‌توان گفت که کارآفرینی گردشگری روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی درجهت کاهش شکاف شهر روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه‌ی پایدار بوده و به‌عنوان یک راهبرد نوین در توسعه‌ی مناطق روستایی به علت ماهیت اشتغال‌زایی بالا، می‌تواند برای روستاییان، اشتغال مولد و برای بیکاران فصلی، اشتغال موقت ایجاد نماید و ماندگاری در روستا را تسهیل نماید (افتخاری و همکاران،۸۹:۱۳۹۳). شکل‌گیری و رابطه کارآفرینی در محیط‌های روستایی با گردشگری تحت تأثیر عوامل درونی همچون محیط اجتماعی روستا قرار می‌گیرد. با درک مواردی که گفته شد این پژوهش در راستای پاسخگویی به این سؤالات است: آیا کارآفرینی روستایی بر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری تأثیرگذار است؟ آیا کارآفرینی روستایی بر محیط اجتماعی روستا تأثیرگذار است؟ آیا محیط اجتماعی روستا بر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری تأثیرگذار است؟ آیا کارآفرینی روستایی با نقش میانجی محیط اجتماعی روستا بر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری تأثیرگذار است؟

۲) مبانی نظری

باوجود فقدان تعریف جهانی پذیرفته‌شده در زمینه کارآفرینی، زاهو[2] و همکاران(۲۰۱۱) کارآفرینی را به‌عنوان " ایجاد تغیر از طریق خلق یا نوآوری که معمولاً همراه با ریسک است" تعریف نموده‌اند. بر این اساس کارآفرینی بر فرصت‌هایی برای خلق و راه‌اندازی کسب‌وکارها و سازمان‌ها تأکید می‌کند

[2] Zhao

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

(Rasoolimanesh et al,2015:339). کارآفرینی فرایند یا مفهومی است که طی آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید، با بسیج منابع به ایجاد کسب‌وکارها و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور رشد یابنده مبادرت می‌ورزد. این امر توأم با پذیرش خطرات است، ولی اغلب منجر به معرفی محصول یا ارائه خدمت به جامعه می‌شود. بنابراین کارآفرینان عوامل تغییر هستند که گاهی موجب پیشرفت‌های حیرت‌انگیز نیز شده‌اند. انگیزه‌های مختلفی در کارآفرین شدن مؤثر هستند که ازجمله آن‌ها نیاز به کسب درآمد و ثروت، نیاز به داشتن شهرت و مهم‌تر از همه نیازمندی به احساس مفید بودن و استقلال‌طلبی را می‌توان نام برد(مالکی، ۱۳۹۲؛ ۱۶). در رویکردهای جدید توسعه روستایی، به کارآفرینی به‌عنوان عنصری ضروری برای رشد اقتصادی و افزایش بهره‌وری جوامع روستایی نگریسته شده است (شیهکی تاش و همکاران،۱۳۹۷:۲۱۱). عمل کارآفرینانه به مفهوم‌سازی و پیاده‌سازی یک ایده، فرایند محصول، خدمت یا یک کسب‌وکار جدید دلالت دارد. کارآفرینی فرایندی پویاست که به‌وسیله کارآفرین جهت خلق ارزش جدید در بازار صورت می‌گیرد (مطیعی لنگرودی و همکاران،۱۳۹۷:۵). ازنظر رفتاری، فرایند کارآفرینی شامل مجموعه‌ای از اقدامات است که برای شناسایی و ارزیابی یک فرصت، تعریف یک مفهوم تجاری و کاری، شناسایی منابع موردنیاز، به‌دست آوردن منابع ضروری و پیاده‌سازی و بهره‌برداری از کسب‌وکار ضروری می‌باشند(رمضان و همکاران،۱۳۹۳؛ ۲). کارآفرینی روستایی در اغلب مطالعات به‌عنوان مفهومی که در آن مشارکت در امر کارآفرینی نه به‌عنوان امری اقتصادی درگیر با مکان روستایی برای سود آفرینی بلکه به‌عنوان فعالیتی در نظر گرفته‌شده است که در آن مکان روستایی به‌عنوان مکانی پرمعنی و مرتبط بازندگی اجتماعی در نظر گرفته‌شده است. این موضوع که بسیاری از کارآفرینان دغدغه‌های کمتری نسبت به منافع مالی داشته و درگیری ذهنی و عاطفی بیشتری در مورد پیگیری آرمان‌های شخصی، اجتماعی یا فرهنگی دارند، امری پذیرفته‌شده در میان محققین کارآفرینی است(Leitch et al,2010:287، Achtenhagen et al,2010:290). کارآفرینی روستایی در محیط‌های روستایی به دنبال شناسایی فرصت‌های جدید، نوآوری و خلاقیت در کاربری زمین و درواقع، استفاده بهینه، متنوع و نوآورانه از منابع روستایی در جهت کسب سود بیشتر است(مالکی،۱۳۹۲؛۱۸). کارآفرینی روستایی یکی از بهترین راهبردها است که می‌تواند در جهت درآمدزایی روستایی، ایجاد اشتغال و رفع بیکاری، جلوگیری از مهاجرت، افزایش کیفیت زندگی و سطح رفاه در جامعه روستایی، ایجاد حس رقابت و کسب‌وکارهای جدید و جلوگیری از ناآرامی‌ها و آشوب‌های اجتماعی مؤثر واقع شود(شهرکی و همکاران،۱۳۹۵؛۲۴). داس (۲۰۱۴) نقش کارآفرینی روستایی در توسعه اقتصادی را در عواملی مانند توسعه متوازن منطقه‌ای، اشتغال عمومی، بهبود استانداردهای زندگی، افزایش درآمد سرانه، خوداتکایی ملی و توزیع متناسب قدرت اقتصادی برشمرده و معتقد است که کارآفرینی روستایی، این مزایا و منافع مهم را دربردارد: فراهم آوری فرصت‌های شغلی، جلوگیری از مهاجرت روستاییان، رشد متوازن منطق‌های،

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

ارتقای فعالیت‌های هنری، جلوگیری از آسیب‌های اجتماعی و هوشیار سازی جوانان(به نقل از حسینی و همکاران،۱۳۹۶؛ ۲۵). بر این اساس کارآفرینی روستایی به‌عنوان فعالیت کارآفرینی که در چارچوب فضای روستایی درگیر شده و از منابع فضایی موجود در آن بهره می‌گیرد، مفهوم‌سازی شده است. مبتنی بر تعریف کارکردی از کارآفرینی، کارآفرینی روستایی دربرگیرنده ترکیب جدیدی از منابع روستایی مکان محور یا محلی شده‌ای است که ارزش‌های جدیدی نه‌فقط برای کارآفرینی بلکه برای فضای روستایی خلق می‌کند. به دلیل ریشه‌دار بودن کارآفرینی روستایی، این نوع از کارآفرینی قابلیت تقلید محض در سایر مکان‌ها را ندارد، و در صورت به وجود آمدن این اتفاق، بسیاری از ویژگی‌های ذاتی این نوع از کارآفرینی از دست خواهد رفت (Müller. & Korsgaard,2013:6).

کارآفرینی تأثیر مثبت چشمگیری بر تحول مقاصد گردشگری دارد. بر این اساس کارآفرینان ایده نوآورانه‌ای را درک نموده یا فرصتی را می‌بینند، آن را پیگیری نموده و سپس این ایده و فرصت را به یک کسب‌وکار مبدل می‌سازند. چنین رفتاری تأثیر کارآفرینی بر توسعه گردشگری را تشریح می‌کند. راسل و فالکنر[3](۱۹۹۹) در تحقیقات خود نشان داده‌اند که رابطه قابل‌توجهی میان افراد نوآور(برای مثال کارآفرینان) و توسعه مقاصد گردشگری روستایی وجود دارد. محیط‌های روستایی "مزایای خاص مکانی" را به شکل امکانات فرهنگی، اجتماعی و مادی را ارائه می‌دهند(Müller,2013، Harvey,2010). چنین مزایای ممکن است حاصل چشم‌انداز خاص روستایی یا میراث خاص روستا باشدکه عناصر اجتماعی، فرهنگی و تاریخی هستند، با مرور زمان از طریق مردمی که در محیط روستایی زندگی یا کار می‌کنند انباشته‌شده است(Mitchell,2013:137l). این امکانات طبیعی و اجتماعی، فرهنگی و میراثی می‌تواند به‌عنوان منابع منحصربه‌فرد در فعالیت‌های کارآفرینی مورداستفاده قرار گیرد(Müller,2013:97). این منابع به دلیل اینکه مکان محور هستند و هیچ مکان دیگری نمی‌تواند ترکیب مشابهی از منابع را خلق کنند، فرصت‌های متمایزی را به کارآفرینان ارائه می‌دهند. بر اساس نظر جانستون و لیوناز(۲۰۰۴)، کارآفرینان می‌توانند از کیفیت مکان‌های روستایی برای ایجاد منافع عمومی استفاده نمانید. کارآفرینان این امر را به‌وسیله درگیر شدن در نوعی از کارآفرینی که در آن از روابط اجتماعی و معانی مکانی استفاده می‌شود، محقق می‌کنند، برای مثال از طریق داوطلبان، بازارها و شبکه‌های بومی برای خلق شکل‌های جایگزینی از سازماندهی که به اهداف توسعه محلی کمک می‌رسانند، استفاده می‌کنند. مثال دیگری برای این موضوع، موج اخیر در زمینه تولید غذاهای محلی است که جنبه‌های میراثی و سرزمینی در پدیده به اصلاح بازگشت کیفی هستند(Müller&Korsgaard,2014:6). چنین کارآفرینی نمونه خوبی از بازترکیب منابع روستایی است که ارزش‌های جدیدی را برای کارآفرین ایجاد نموده و فراتر از آن نیز برای روستاها، مکانی که این محصولات در آن تولید می‌شوند نیز فوایدی را فراهم می‌سازد.

[3] Russell and Faulkner

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

بر اساس مزایای یاد شده، آندرسون(۲۰۰۰) نیز وجود شکل سرزمینی خاصی از کارآفرینی را پیشنهاد نمود. ظهور مصرف تجربه‌گرا و زیبایی محور فرصت‌های کسب‌وکار در فضاهای روستایی را برای کارآفرینان ایجاد نموده است که در آن مکان روستایی به‌جای مکان تولید بودن، به مکانی چند کارکردی از مصرف میراث و گردشگری مبدل می‌شود(Moghavvemi et al,2013:265).

محیط‌های روستایی همانند محیط‌های شهری از موضوعات، شرایط و مسائل خاص خود برخوردار هستند. محیط‌های روستایی با شاخصه‌هایی چون تراکم جمعیتی کم، فواصل دورتر، معیشت و روش زندگی سنتی‌تر که اتکا بیشتری بر روی فعالیت‌های کشاورزی، دامداری و گردشگری دارد، روابط اجتماعی چهره به چهره و ... شناخته می‌شوند(Whitacre,210:1284). آنچه باعث محیط اجتماعی شهرها را فردگراتر می‌سازد در محیط روستایی فردیت افراد روستا بیشتر تحت تأثیر روش زندگی سنتی، سنت‌ها و هنجارها قرار می‌گیرد. پایین بودن امنیت معیشت، فقر، مهاجرت و سالخورده شدن جمعیت روستا از مسائل رایج روستاها به شمار می‌رود در مقابل بالا بودن حس تعلق مکانی، سادگی و عمیق‌تر بودن روابط در میان افرا از ویژگی‌های خاص محیط اجتماعی روستا محسوب می‌شود. روستاهایی که از محیط اجتماعی مناسبی برخوردار هستند، منابع خود را با رغبت بیشتری برای منافع جامعه صرف می-کنند(Johnson et al,2008:557).

ادراک ساکنان از تأثیرات گردشگری عامل پیش‌بینی کننده کلیدی در حمایت و مشارکت آنان در توسعه گردشگری و در حصول به توسعه پایدار گردشگری و مدیریت آن به شمار می‌رود(Jaafar et al,2015:19,). حمایت ساکنان از توسعه گردشگری بر ادراک آنان از تأثیرات مثبت و منفی گردشگری اتکا دارد(Telfer&Sharpley,2008:39). بر این اساس ادراک ساکنان از تأثیرات مثبت گردشگری آنان را تشویق به حمایت از توسعه گردشگری نموده درحالی‌که ادراک از تأثیرات منفی مانعی برای حمایت آنان از توسعه گردشگری خواهد بود(Sharpley,2014:36). از سوی دیگر ادراک ساکنان از تأثیرات مثبت و منفی توسعه گردشگری بر مشارکت آنان در فعالیت‌های گردشگری و پایداری توسعه گردشگری تأثیرگذار است(Nicholas et al,2009:390). مطالعات متعددی نیز بر این نکته تأکید داشته‌اند که مشارکت جامعه محلی سنگ بنای توسعه پایدار گردشگری به شمار می‌رود(Rasoolimanesh et al,2017:149). بر اساس دیدگاه سو و همکاران(۲۰۱۳) هنگامی‌که ساکنان رویکرد مثبتی نسبت به گردشگری دارند آنان توجه بیشتری به گردشگران نشان داده و درنتیجه از توسعه گردشگری حمایت بیشتری به عمل می‌آورند. این حمایت از طریق تجربه فواید شخصی که استانداردهای زندگی را بهبود می‌بخشند افزایش می‌یابد. همچنین تحقیقات نشان داده است که فواید اجتماعی بر حمایت از ساکنان از توسعه آتی گردشگری تأثیرگذار است(Sharma & Gursoy,2015:1354). تحقیقات وارگاس و همکاران(۲۰۰۹) نیز حاکی از آن است که چنین حمایت‌های از توسعه پایدار گردشگری بر فرصت‌های اشتغال ایجادشده برای ساکنان اتکا

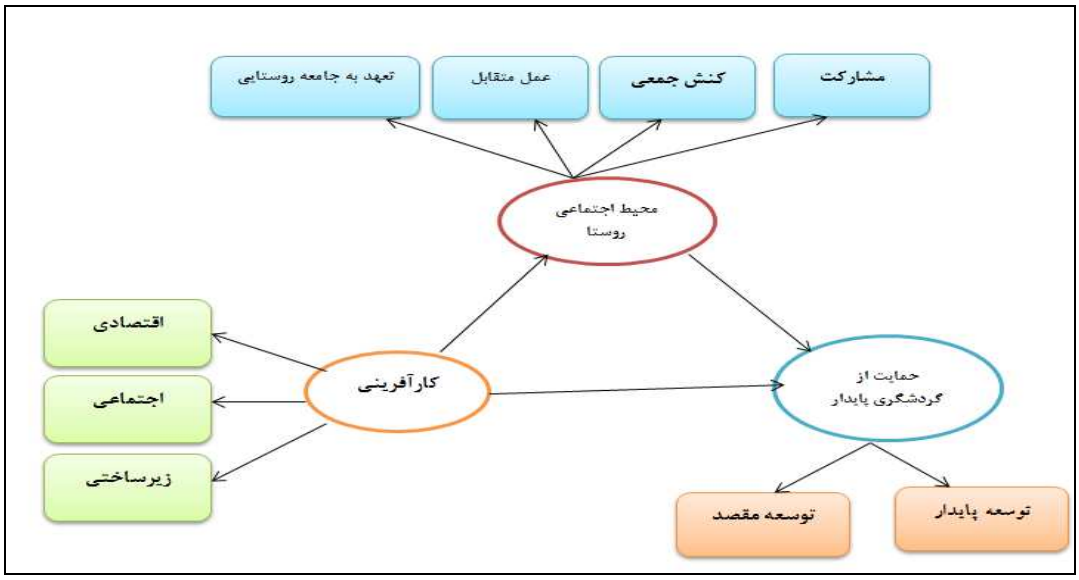
[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

دارد. همان‌طور که برخی از ساکنین فواید مثبتی را از گردشگری به دست می‌آورند ممکن است سایر افراد توجهات بیشتری را نسبت به تأثیرات منفی آن نشان دهند. وقتی ساکنان نتایج منفی همانند ازدحام جمعیت، آلودگی صوتی، وندالیسم و تأثیرات زیست‌محیطی منفی را تجربه می‌کنند، ممکن است با توسعه گردشگری مخالفت کنند(Paimin et al,2014:201). این افراد ممکن است ادراک منفی از فعالیت‌های گردشگری داشته بنابراین حمایت اندکی از توسعه آن را نشان دهند(Guo et al,2014:146).

بر این اساس نظریه مبادله اجتماعی در مطالعات متعددی برای فهم تأثیرات ادراک گردشگران بر حمایت و مشارکت آنان در توسعه گردشگری مورداستفاده قرارگرفته است. بر اساس نظریه مبادله اجتماعی، اگر فوایدی که ساکنان از توسعه گردشگری درک می‌کنند نسبت به هزینه‌های آن فزونی یابد، آنان در فرایند مبادله و تعامل با گردشگران واردشده و از توسعه گردشگری در جامعه محلی خود حمایت خواهند نمود. در فرایندی معکوس، اگر ساکنان تأثیرات منفی گردشگری نسبت به هزینه‌های آن را بیشتر بدانند، آنان از توسعه گردشگری حمایت ننموده و از هرگونه فعالیت در بخش گردشگری خودداری خواهند نمود(Kang et al,2007:113). بر این اساس آگاهی ساکنان از تأثیرات مثبت و منفی احتمالی گردشگری بر حمایت و درنتیجه مشارکت آنان تأثیرگذار خواهد بود. مطالعات در این زمینه حاکی از آن است که ساکنان مقاصد گردشگری روستایی آگاهی کمتری نسبت به جوامع شهری از تأثیرات مثبت و منفی توسعه گردشگری دارند.گردشگری مجموعه وسیعی از فواید و تأثیرات مثبت را به مقاصد گردشگری روستایی ارائه می‌دهد. بااین‌وجود این فواید، آگاهی از هزینه‌های احتمالی مرتبط با توسعه گردشگری در این مقاصد نسبتاً کمتر است(Latkova &Vogt,2012:55).

در چند سال اخیر مطالعات متعددی در کشور ازجمله شاطریان و همکاران(۱۳۹۶)،قدیری معصوم و همکاران(۱۳۹۶)، راسخی و همکاران(۱۳۹۴)،غنیان و خانی(۱۳۹۰)،رضایی(۱۳۹۳)، محمدی و لشگرآرا(۱۳۹۲)، در زمینه کارآفرینی روستایی صورت گرفته است. تفاوت و برجستگی پژوهش حاضر نسبت به سایر پژوهش‌های انجام‌شده در این است، در زمینه تأثیر کارآفرینی روستایی برحمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری در ایران کاری صورت نگرفته است. با توجه به پیشینه نظری و تجربی پژوهش، به‌منظور روشن شدن ارتباط متغیرهای تحقیق با یکدیگر مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ ارائه می‌گردد.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]



شکل شماره(۱)مدل مفهومی تحقیق

۳) روش تحقیق

این پژوهش ازلحاظ هدف، کاربردی و با توجه به ماهیت موضوع، از نوع توصیفی- تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش را خانوارهای ساکن دهستان سردابه اردبیل مشتمل بر ۲۵۴۴ خانوار تشکیل می-دادند.حجم نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران ۲۸۶ خانوار برآورد گردید. بعد از تعیین حجم نمونه آماری پژوهش بر اساس نمونه‌گیری سهمیه‌ای به نسبت تعداد خانوار در هر روستا تعداد افراد نمونه مشخص شد(جدول۱). و درنهایت با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی ساده اقدام به تکمیل پرسشنامه در روستاهای موردمطالعه شد.

جدول شماره(۱)حجم نمونه به تفکیک روستاهای دهستان سردابه

روستا	خانوار	تعداد نمونه
گنسول کندی	۱۳۳	۱۵
خیارک	۸۸۶	۱۰۰
جمادی	۹۵	۱۱
قلعه جوق	۲۱۳	۲۴
دیولق	۲۸۰	۳۱
شهریور	۹۴	۱۰
میرنی	۴۰	۵
امیدجه	۵۰۳	۵۶
باروق	۲۷۹	۳۱
چهل گز	۲۱	۳
مجموع	۲۵۴۴	۲۸۶

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

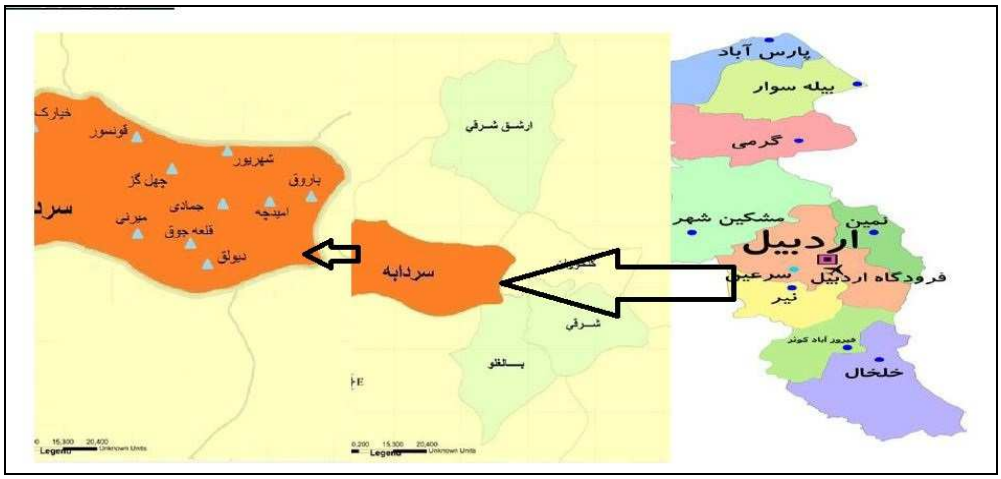
داده‌های اولیه موردنیاز با استفاده از پرسشنامه و داده‌های ثانویه نیز از طریق منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی جمع‌آوری شدند. برای تعیین روایی و پایایی پرسشنامه به ترتیب از روایی محتوا و ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. درروش اعتبار محتوا، اعتبار ابزار اندازه‌گیری از طریق اظهارنظر خبرگان ذی‌ربط موردبررسی قرار می‌گیرد. در پژوهش فعلی،اعتبار پرسشنامه توسط کارشناسان و متخصصان ذی‌ربط مورد تائید قرار گرفت. برای محاسبه پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه مربوط به متغیر کارآفرینی روستایی ۰/۸۷، محیط اجتماعی روستا۰/۷۶ و برای متغیر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری روستا ۰/۸۵ به دست آمد،که نشان‌دهنده اعتبار مناسب پرسشنامه‌های مورداستفاده است. برای سنجش پایایی پرسشنامه از نرم افزار spss و برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از مدل معادلات ساختاری توسط نرم افزارLisrel استفاده شد. با توجه به مدل مفهومی پژوهش، جدول۲ متغیرهای تحقیق و نوع آن‌ها را ازلحاظ آشکار یا پنهان بودن نشان می‌دهد.

جدول شماره(۲)متغیرهای پژوهش و نوع آن‌ها ازلحاظ آشکار یا پنهان بودن

ردیف	متغیر	نوع متغیر	ردیف	متغیر	نوع متغیر
۱	کارآفرینی روستایی	برون‌زا	۷	بعد تعهد به جامعه روستایی	آشکار
۲	بعد اقتصادی	آشکار	۸	بعد عمل متقابل ساکنان روستا	آشکار
۳	بعد اجتماعی	آشکار	۹	بعد کنش جمعی ساکنان روستا	آشکار
۴	بعد زیرساختی	آشکار	۱۰	حمایت از توسعه پایدار گردشگری روستا	درون‌زا
۵	محیط اجتماعی روستا	برون‌زا	۱۱	توسعه پایدار	آشکار
۶	بعد مشارکت ساکنان	آشکار	۱۲	توسعه مقصد	آشکار

محدوده موردمطالعه در این پژوهش شامل روستاهای واقع در دهستان سردابه در ۲۵ کیلومتری غرب شهر اردبیل است. دهستان سردابه با مختصات جغرافیایی ۳۸ درجه و ۱۰ دقیقه تا ۳۸ درجه و ۳۴ دقیقه عرض شمالی و ۴۸ درجه و ۴۱ دقیقه تا ۴۸ درجه و۵۰ دقیقه طول شرقی واقع‌شده است. شکل ۲ محدوده مورد مطالعه را نشان می‌دهد.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]



شکل شماره(۲) نقشه موقعیت جغرافیایی محدوده موردمطالعه

۴) یافته‌های تحقیق

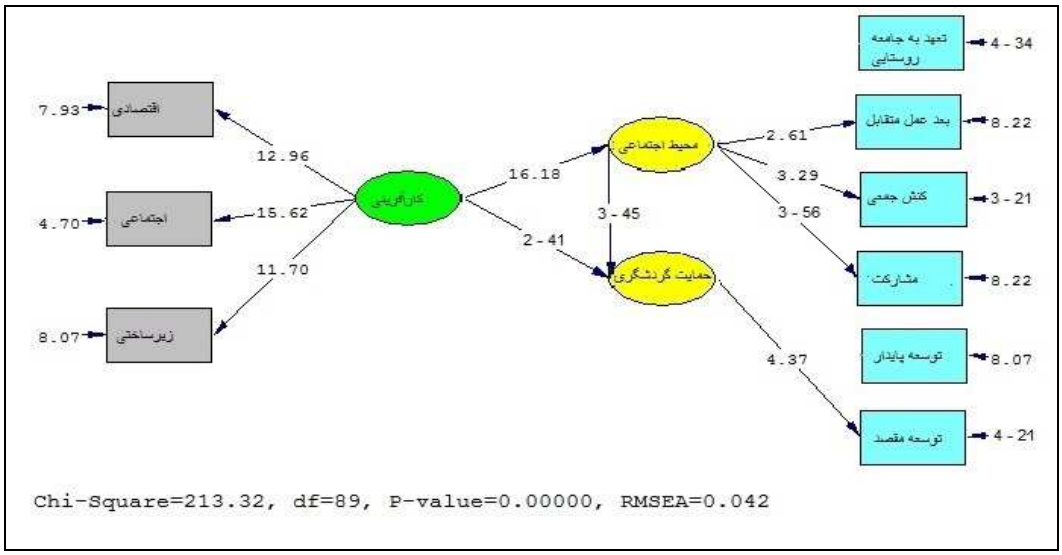
مدل اندازه‌گیری، ارتباط بین متغیرهای آشکار و پنهان تحقیق را تعریف می‌کند. به‌عبارت‌دیگر، برمبنای مدل اندازه‌گیری، پژوهشگر تعیین می‌کند که کدام‌یک از متغیرهای آشکار می‌توانند برای سنجش متغیرهای پنهان مورداستفاده قرار گیرند. جدول۳ شاخص‌های کلی برازش مربوط به مدل اندازه‌گیری (تحلیل عاملی تأییدی) را نشان می‌دهد.

جدول شماره(۳)شاخص‌های کلی برازش حاصل از مدل اندازه‌گیری(مدل تحلیل عامل تأییدی)

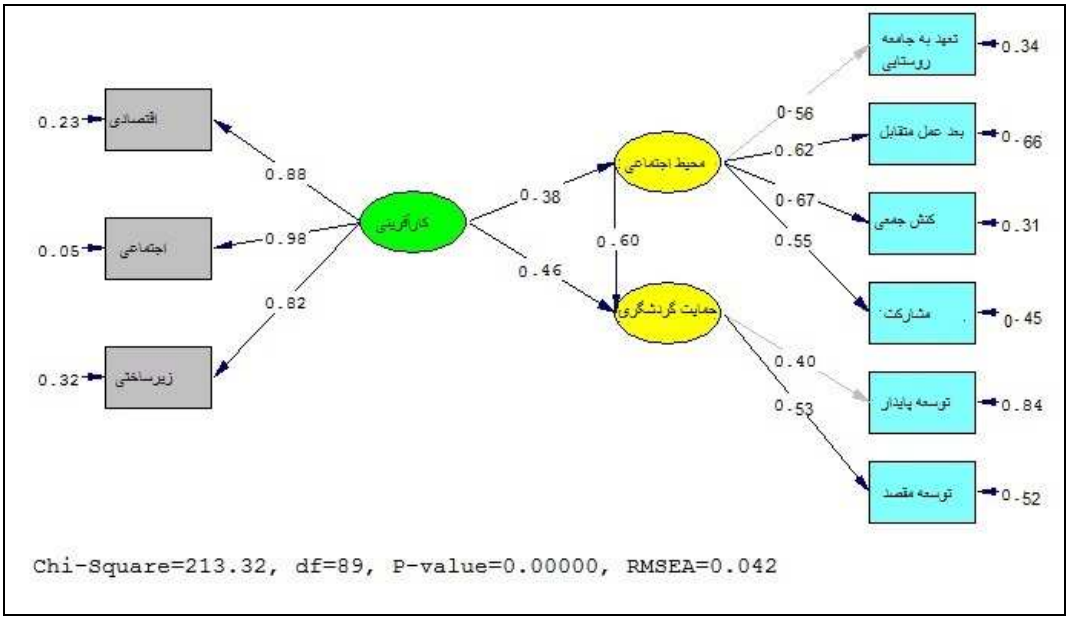
متغیرها	RMSEA	DF	X^2	x^2/df	AGFI	GFI	CFI	نتیجه
کارآفرینی روستایی	۰/۰۳۱	۵۵	۱۵۸	۲/۸۵	۰/۹۶	۰/۹۵	۰/۹۷	تائید
محیط اجتماعی روستا	۰/۰۵۶	۶۹	۱۰۸	۱/۵۶	۰/۹۵	۰/۹۴	۰/۹۸	تائید
حمایت از توسعه پایدار گردشگری روستا	۰/۰۶۳	۸۲	۲۱۱	۲/۵۷	۰/۹۳	۰/۹۱	۰/۹۳	تائید

با عنایت به مقادیر شاخص‌های برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی متغیرهای پژوهش، نسبت کای دو به درجه آزادی x^2/df کمتر از ۳ است. شاخص ریشه میانگین مربعات (RMSEA) کمتر از ۰/۰۸ است و مقادیر شاخص‌های شاخص برازش مقایسه‌ای(CFI)، شاخص نکویی برازش(GFI)، شاخص نیکوئی برازش تعدیل(AGFI) نیز مقادیری بالاتر از ۰/۹ را نشان می‌دهند.همگی این‌ها در کل برازش مناسب مدل اندازه‌گیری مربوط به متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. برای آزمون مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. شکل ۳ و ۴ مدل خروجی نرم‌افزار لیزرل را نشان می‌دهد.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]



شکل شماره(۳)نتیجه به‌دست‌آمده برای مدل ساختاری تحقیق در حالت معناداری



شکل شماره(۴)نتیجه به‌دست‌آمده برای مدل ساختاری تحقیق در حالت ضرایب استاندارد

هر مدل مفهومی طراحی‌شده‌ای با این سؤال مواجه است که تا چه اندازه با واقعیت تطابق دارد؟ این سؤال کلیدی، موضوع برازش مدل مفهومی تحقیق است. جدول ۴ تعدادی از شاخص‌های مهم مربوط به ارزیابی برازش مدل مفهومی پژوهش را نشان می‌دهد.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

جدول شماره(۴)شاخص‌های کلی برازش حاصل از مدل ساختاری پژوهش

شاخص‌های برازش	اختصار	مقدار قابل‌قبول	مقدار محاسبه‌شده	نتیجه
شاخص برازش مقایسه‌ای	CFI	CFI≥0/9	۰/۹۳	تائید
شاخص نکویی برازش	GFI	GFI> 0/9	۰/۹۷	تائید
کای دو بهنجار	χ^2/df	ملاک کمتر از۳	۲/۳۹	تائید
شاخص نیکوئی برازش تعدیل‌یافته	AGFI	AGFI≥0/9	۰/۹۵	تائید
شاخص ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	RMSEA> 0/08	۰/۰۴۲	تائید
درجه آزادی	DF	ملاک بیش از صفر	۸۹	تائید
کای دو	X^2	-	۲۱۳/۳۲	تائید

با توجه به جدول۴، کای دو بهنجار کمتر از ۳ است. شاخص ریشه میانگین مربعات خطای برآورد(RMSEA) کمتر از ۰/۰۸ است. و سه شاخص GFI،CFI و AGFI نیز مقادیری بالاتر از ۰/۹ را به خود اختصاص داده است ازاین‌رو می‌توان نتیجه گرفت که مدل مفهومی پژوهش از برازش مطلوبی برخوردار است. بعد از تائید مدل مفهومی پژوهش، با استفاده از مقادیر به‌دست‌آمده در سطح معناداری و در حالت ضرایب استاندارد شکل‌های ۲، ۳ به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخته می‌شود. چنان چه آماره T به‌دست‌آمده بزرگ‌تر از ۱.۹۶ و یا کوچک‌تر از ۱.۹۶- باشد، ضرایب مسیر معنادار است و فرضیه پژوهش مورد تائید قرار می‌گیرد. در ادامه به بررسی فرضیه‌های پژوهش با توجه به شکل‌های ۳و۴ پرداخته‌شده است.

با توجه به شکل ۳، مقدار آماره T به‌دست‌آمده برابر با ۲/۴۱ ، بزرگ‌تر از ۱.۹۶ است و فرضیه پژوهش مورد تائید قرار می‌گیرد و می‌توان چنین استنباط نمود کارآفرینی روستایی تأثیر معنی‌داری بر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری دارد. همچنین با توجه به شکل ۴ ضریب مسیر به‌دست‌آمده مثبت است این رابطه به‌صورت مستقیم است(β=۰/۴۶) ازاین‌رو می‌توان عنوان نمود که کارآفرینی روستایی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری دارد. با عنایت به شکل ۳، مقدار آماره T به‌دست‌آمده برابر با ۱۶/۱۸ و بزرگ‌تر از ۱.۹۶ است، فرضیه پژوهش مورد تائید قرار می‌گیرد و می‌توان چنین استنباط نمود کارآفرینی روستایی تأثیر معنی‌داری بر محیط اجتماعی روستا دارد. همچنین با توجه به شکل ۴ ضریب مسیر به‌دست‌آمده مثبت است این رابطه به‌صورت مستقیم است(β=۰/۳۸) ازاین‌رو می‌توان عنوان نمود که کارآفرینی روستایی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر محیط اجتماعی روستا دارد.

همان‌گونه که در شکل ۳ قابل‌ملاحظه است، مقدار آماره T به‌دست‌آمده برابر با ۳/۴۵ ، بزرگ‌تر از ۱.۹۶ است و فرضیه پژوهش مورد تائید قرار می‌گیرد و می‌توان چنین استنباط نمود محیط اجتماعی روستا تأثیر معنی‌داری بر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری دارد. همچنین با توجه به شکل ۴ ضریب مسیر

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

به‌دست‌آمده مثبت است این رابطه به‌صورت مستقیم است(β=۰/۶۰) ازاین‌رو می‌توان عنوان نمود که محیط اجتماعی روستا تأثیر مثبت و معنی‌داری بر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری دارد.

به‌منظور آزمون فرضیه مورداشاره، که دربرگیرنده متغیر میانجی است، از آزمون سوبل استفاده شد. یکی از پرکاربردترین روش‌ها برای آزمون متغیر میانجی،آزمون سوبل (Sobel) است.در آزمون سوبل ، یک مقدار-Z valueاز طریق فرمول زیر به دست می‌آید که در صورت بیشتر شدن این مقدار از ۱/۹۶ می‌توان در سطح ۹۵ درصد معنادار بودن تأثیر میانجی یک متغیر را تائید نمود.

$$\text{Z} - \text{Value} = \frac{a * b}{\sqrt{(b^2 * s_a^2) + (a^2 * s_b^2) + (s_a^2 * s_b^2)}}$$

a : مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

b : مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

sa :خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

sb خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

$$\mathbf{z - value = \frac{0.38 * 0.60}{\sqrt{0.71^2 * 0.11^2} + \sqrt{(0.93^2 * 0.20^2) + \sqrt{(0.11^2 * 0.20^2)}}} = 2.26}$$

با عنایت به میزان $\mathbf{z - value}$ به‌دست‌آمده برابر با ۲/۲۶ است و بالاتر از ۱/۹۶ است. ازاین‌رو فرضیه پژوهش مورد تائید قرار می‌گیرد و می‌توان عنوان نمود کارآفرینی روستایی با نقش میانجی محیط اجتماعی روستا بر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری تأثیرگذار است.

۵) نتیجه‌گیری

این پژوهش باهدف بررسی تأثیر کارآفرینی روستایی بر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری روستایی با تأکید بر نقش میانجی محیط اجتماعی روستا در دهستان سردابه اردبیل اجرا شد. به‌منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری در محیط نرم‌افزار LISREL استفاده شد. نتایج حاصل از مدل تحلیل عامل تأییدی بیانگر مناسب بودن مدل برای بررسی رابطه بین متغیرهای پژوهش بود.یافته‌های حاصل از این پژوهش نشان‌دهنده آن بود که کارآفرینی روستایی بر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارد به‌گونه‌ای که نتایج حاصل از این فرضیه با یافته‌های پژوهش جانستون و لیوناز (۲۰۰۴)، مولر(۲۰۱۳)،هاروی(۲۰۱۰)،میچل(۲۰۱۳)، همخوانی دارد. بعلاوه، می‌توان به تأثیرگذار بودن کارآفرینی روستایی بر محیط اجتماعی روستا اشاره نمود، به‌گونه‌ای که یافته‌های این فرضیه با یافته‌های پژوهش کاسگارد و مولر(۲۰۱۵) همخوانی دارد. این تحقیق نشان داد که محیط اجتماعی روستا بر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری تاثیرمثبت و معناداری دارد. یافته‌های این فرضیه با یافته‌های پژوهش کاسگارد و مولر(۲۰۱۵)،

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

جانسون و همکاران(۲۰۰۸) همخوانی دارد. در نهایت یافته‌های حاصل از این پژوهش تائید کننده کارآفرینی روستایی با نقش میانجی محیط اجتماعی روستا بر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری تأثیرگذار است. با توجه به یافته‌های پژوهش پیشنهادها زیر ارائه می‌گردد:

- ✓ نتایج تحقیق حاکی از آن است که کارآفرینی روستایی تأثیر مثبتی بر محیط اجتماعی روستا دارد. بر این اساس پیشنهاد می‌شود. برنامه‌ریزی در راستای ایجاد و تقویت ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه، درواقع تلاش در راستای رفع موانع فرهنگی توسعه‌ی کارآفرینی روستایی در روستاها انجام شود.
- ✓ یکی از مفاهیم جدید موجود درزمینه کارآفرینی، مفهوم کارآفرینی اجتماعی است، که سعی در توسعه کارآفرینی جهت حل مشکلات اجتماعی جوامع دارد. بر این اساس پیشنهاد می‌شود با مداخله سازمان‌های درگیر در مسائل اجتماعی روستایی، همچون کمیته امداد امام خمینی(ره)، بنیاد مسکن و دهیاری‌ها مسائل اجتماعی دهستان سردابه بررسی‌شده، زمینه‌های ورود کارآفرینان حوزه گردشگری جهت حل معضلات اجتماعی این دهستان مهیا شود.
- ✓ به دلیل اینکه سرمایه‌گذاران اصلی پروژه‌های گردشگری در روستاها ساکنان بومی نیستند، منافع اقتصادی تولیدشده به شکل زیادی از این مناطق نشت نموده و کمتر موجب توسعه زیرساخت‌ها و افزایش درآمد ساکنین می‌شود. بر این اساس تشکیل تعاونی‌ها گردشگری روستایی با عضویت ساکنین و سهیم کردن آنان در جاذبه‌های گردشگری و نیز بسترسازی برای کارآفرینی گردشگری توسط ساکنان بومی با اتکا بر منابع محلی که تعارضی با زندگی سنتی ساکنان نداشته باشد، می‌تواند حمایت ساکنان را از توسعه گردشگری روستایی بیشتر و پایدارتر نماید.
- ✓ یافته‌های پژوهش حاکی از تأثیر مثبت محیط اجتماعی روستا بر حمایت از توسعه پایدار گردشگری بود براین اساس پیشنهاد می‌شود که برنامه‌ریزی گردشگری روستایی در این مناطق بایستی توجه و تأکید خاصی بر بخش برنامه‌ریزی فرهنگی داشته باشد به‌گونه‌ای که در برنامه‌ریزی‌های آتی عناصر فرهنگی، هویتی و بومی که برانگیزاننده حس جمعی و اجتماعی روستائیان است بیشتر بررسی‌شده و در جاذبه‌ها، تجربه‌ها و خدمات گردشگری عرضه‌شده گنجانده شوند.

۶) منابع

- حسینی‌نیا- غلامحسین؛ فلاحی، هادی(۱۳۹۶). **عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی روستایی (نمونه مطالعه: مناطق روستایی شهرستان منوجان)**. پژوهش‌های روستایی. شماره ۲۹ (۲۵ تا ۳).
- راسخی،بهروز، قمبرعلی،رضوان و علی بیگی، امیرحسین(۱۳۹۴)**ارزیابی شایستگی‌های کارآفرینان روستایی شهرستان کرمانشاه و شناسایی عوامل موثر برآن**،پژوهش‌های روستایی،دوره۶،شماره۳،صص۴۸۲-۴۵۹.
- رضایی،روح الله(۱۳۹۳) **بررسی نقش و جایگاه کارآفرینی در توسعه تعاونی های روستایی**،نشریه کارآفرینی در کشاورزی،شماره اول،صص۸۵-۱۰۱.
- رکن‌الدین افتخاری- عبدالرضا، پورطاهری، مهدی, فضلی، نفیسه. (۱۳۹۳). **تحلیل عوامل مؤثر در توسعه‌ی کارآفرینی گردشگری روستایی**. مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری, ۳(۸), ۸۷-۱۰۷.
- شاطریان- محسن،نصرآبادی،زهرا،منصوریان،فاطمه(۱۳۹۶)**تحلیل موانع کارآفرینی زنان روستایی**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی،دوره۶،شماره۲۱،صص۱۸۱-۱۹۶.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

- شهرکی- حسن؛ موحدی، رضا؛یعقوبی فرانی، احمد(۱۳۹۵). **تحلیل انسان‌شناختی کارآفرینی و توسعه روستایی در عصر جهانی شدن: مطالعه موردی استان همدان**. پژوهش های انسان شناسی ایران، دوره ششم - شماره ۱ (۲۳ تا ۴۳).
- شیهکی تاش- مهیم، ولی نفس،عبدالعزیز، ریئسی، ابوبکر(۱۳۹۷). **نقش عوامل کارآفرینی غیرکشاورزی در ارتقاء کیفیت زندگی خانوارهای روستایی شهرستان کنارک**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هفتم، شماره سوم(پیاپی۲۵).صص۲۰۹-۲۲۳.
- عنابستانی- علی اکبر، عینالی، جمشید، رومیانی، احمد(۱۳۹۶). **عوامل موثر بر رضایت گردشگران از فضای گردشگری روستایی در ناحیه خرقان بوئین زهرا**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، شماره ۲(پیاپی ۲۰).صص۱۵۵-۱۷۲.
- غنیان- منصور،خانی،فضیله،بقایی،لیلا(۱۳۹۰) **ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی (مطالعه موردی: منطقه اورامان)**،فصلنامه پژوهش‌های روستایی،دوره۲،شماره۳،صص۹۹-۱۲۳.
- قدیری معصوم- مجتبی،غلامی،علی،لاریجانی،فاطمه،رضایی،حجت(۱۳۹۶) **الگوی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی شهرستان خوی با رویکرد الگوسازی ساختاری تفسیری**،فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی،دوره۶،شماره۲۱،صص۱۳۹-۱۶۴.
- مالکی- هوشنگ(۱۳۹۲)؛**تبیین جایگاه تعاونی ها (روستایی، کشاورزی و تولید روستایی) در موفقیت کارآفرینی روستایی. تعاون و روستا**، سال پنجم - شماره ۱۷،۱۶ (۳۰ صفحه - از ۹ تا ۳۸).
- محمدی- زهره،لشگرآرا،فرهاد(۱۳۹۲) **نقش کارآفرینی در توانمندسازی زنان کارآفرین روستایی استان ایلام**،پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی،دوره۶،شماره۲،صص۶۱-۷۲.
- مطیعی لنگرودی- سید حسن، رضوانی، محمدرضا، دهقانی،ندا (۱۳۹۷) **اثرات بازاریابی محصولات گردو بر ویژگی‌های کارافرینانه روستاییان شهرستان جیرفت، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی**، سال هفتم، شماره سوم(پیاپی۲۵).صص۱-۱۸.

- Achtenhagen, L., Naldi, L. and Melin, L. (2010), "**Business growth" – do practitioners and scholars really talk about the same thing**?", Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 34 No. 2,pp. 289-316.
- Guo, Y., Kim, S., & Chen, Y. (2014). **Shanghai residents' perceptions of tourism impacts and quality of life.** Journal of China Tourism Research, 10(2), 142e164.
- Gursoy, D., C. G. Chi, and P. Dyer. 2010. "**Locals' Attitudes toward Mass and Alternative Tourism: The Case of Sunshine Coast Australia**." Journal of Travel Research 49 (3): 381–94.
- Haobin Ye, B., Qiu Zhang, H., Huawen Shen, J., & Goh, C. (2014). **Does social identity affect residents' attitude toward tourism development?** International Journal of 156 S.M. Rasoolimanesh et al. / Tourism Management 60 (2017) 147e158 Contemporary Hospitality Management, 26(6), 907e929.
- Harvey, D. (2010), **The Enigma of Capital: and the Crises of Capitalism**, Oxford University Press.
- Hwang, D., & Stewart, W. P. (2016). **Social Capital and Collective Action in Rural Tourism**. *Journal of Travel Research, 56*(1), 81-93.
- Jaafar, M., Rasoolimanesh, S. M., & Lonik, K. A. (2015). **Tourism growth and entrepreneurship: Empirical analysis of development of rural highlands**. *Tourism Management Perspectives, 14*, 17-24.
- Johnson, A. O., Mink, M. D., Harun, N., Moore, C. G., Martin, A. B., & Bennett, K. J. (2008). **Violence and drug use in rural teens: National prevalence estimates from the 2003 youth risk behavior survey**. *Journal of School Health, 78*(10), 554–561.
- Kang, I., Lee, K. C., Lee, S., & Choi, J. (2007). **Investigation of online community voluntary behavior using cognitive map**. Computers in Human Behavior, 23(1), 111e126.
- Latkova, P., & Vogt, C. (2012). **Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities**. Journal of Travel Research, 51(1), 50e67.
- Lee, T. H. (2013). **Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development**. Tourism Management, 34, 37-46. doi:10.1016/j.tourman.2012.03.007
- Leitch, C., Hill, F. and Neergaard, H. (2010), "**Entrepreneurial and business growth and the quest for a 'comprehensive theory': tilting at windmills**?", Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 34 No. 2, pp. 249-260.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]

- Mitchell, C.J. (2013), "**Creative destruction or creative enhancement? Understanding the transformation of rural spaces"**, Journal of Rural Studies, Vol. 32, pp. 375-387.
- Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Paramanathan, T., Musa, G., & Hamzah, A. (2017). **The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development**. *Tourism Management, 63*, 242-254.
- Müller, S. (2013), "**Entrepreneurship and regional development – on the interplay between agency and context**", PhD thesis, Department of Business Administration, Aarhus University, Aarhus.
- Müller, S. and Korsgaard, S. (2014), "(Re)**sources of opportunities: the role of spatial context for rural entrepreneurship"**, Academy of Management Annual Meeting, 1-5 August, Philadelphia, PA.
- Paimin, N. F., Modilih, S., Mogindol, S. H., Johnny, C., & Thamburaj, J. A. (2014). **Community Participation and Barriers in Rural Tourism: A Case Study in Kiulu, Sabah**. *SHS Web of Conferences, 12*, 01003.
- Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M., & Ramayah, T. (2017). **Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development.** *Tourism Management, 60*, 147-158.
- Rasoolimanesh, S., Jaafar, M., Kock, N., & Ramayah, T. (2015). **A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions**. Tourism Management Perspectives, 16, 335e345.
- Sharma, B., & Gursoy, D. (2015). **An examination of changes in residents' perceptions of tourism impacts over time: The Impact of Residents' Sociodemographic Characteristics**. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 20(12), 1332e1352.
- Sharp, J., Agnitsch, K., Ryan, V., & Flora, J. (2002). **Social infrastructure and community economic development strategies: The case of self-development and industrial recruitment in rural Iowa**. *Journal of Rural Studies*, *18*(4), 405-417.
- Sharpley, R, (2014). **Host perceptions of tourism: A review of the research review article**. Tourism Management, 42,37–49.
- Sirisrisak, T. (2009). Conservation of Bangkok old town. Habitat International, 33(4), 405e411.
- Siu, G., Lee, L. Y. S., & Leung, D. (2013). **Residents' perceptions toward the "Chinese Tourists' Wave" in Hong Kong: An exploratory study**. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 18(5), 446e463.
- Su, M., & Wall, G. (2014). **Community participation in tourism at a world heritage S.M. Rasoolimanesh et al**. / Tourism Management 60 (2017) 147e158 157 site: Mutianyu Great Wall, Beijing, China. International Journal of Tourism Research (Vol. 16,(2), 146e156.
- Telfer, D., & Sharpley, R. (2008). **Tourism and development in the developing world. London**, England: Routledge
- Whitacre, B. E. (2010). **The diffusion of Internet technologies to rural communities: A portrait of broadband supply and demand**. *American Behavioral Scientist, 53*, 1283–1303.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-08]