دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در گردشگری روستایی

علی اکبر آقاجانی افروزی[۱] و مهدی علیزاده[۲]

۱- عضو هیات علمی و مربی گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور. ایران
۲- مدرس دانشگاه پیام نور. ایران، (نویسنده مسوول: alizadehmahdik@gmail.com)
تاریخ دریافت: ۹۶/۱۰/۴ تاریخ پذیرش: ۹۷/۲/۲۲

چکیده

هدف از اجرای تحقیق حاضر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه صنعت گردشگری روستایی استان مازندران در پاسخ به این سوال که زمینه‌های مناسب سرمایه‌گذاری و پتانسیل‌های بالقوه گردشگری روستایی استان مازندران کدامند، می‌باشد. روش تحقیق حاضر بر مبنای ماهیت توصیفی و بر مبنای هدف توسعه‌ای بوده است. بر این اساس به‌منظور اجرای تحقیق حاضر و شناسایی فرصت از روش تحقیق آمیخته استفاده شد. به‌عنوان ابزار پژوهش در بخش کیفی تحقیق، مصاحبه نیمه ساختار یافته با مدیران، فعالان اقتصادی صنعت گردشگری و صاحب‌نظران دانشگاهی استان به‌کار گرفته شد تا فرصت‌های زیسته استان مازندران شناسایی شوند، در این مرحله ۹ نفر از صاحب‌نظران استان به روش هدفمند شناسایی شده و مصاحبه نیمه ساختار یافته‌ای جهت گردآوری داده‌ها اجرا شد. بعد از اتمام فرآیند مصاحبه مرحله نخست کدگذاری باز بر مبنای گزاره‌های شفاهی صورت گرفت و در مرحله دوم کدگزاری محوری انجام شد و تعداد ۱۷ کد محوری استخراج شد و در مرحله سوم شناسایی ابعاد، ۵ بُعد باغداری و گلخانه؛ پرورش و صید ماهیان؛ بسته‌بندی و صنایع تبدیلی؛ دام و طیور؛ و فرهنگی و اقامتی شناسایی شدند. روش نمونه‌گیری در بخش کیفی هدفمند بوده است. در بخش کمی نیز بر اساس مدل استخراج شده از مصاحبه‌ها، پرسشنامه‌ای ۵۵ سوالی طراحی شد و به روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی در اختیار جامعه آماری تحقیق قرار گرفت. داده‌ها توسط نرم‌افزار PLS تجزیه و تحلیل شدند و یافته‌های تحقیق نشان داد فرصت‌های فرهنگی و اقامتی به‌عنوان فرصت نخست گردشگری روستایی در استان مازندران شناخته شد.

واژه‌های کلیدی: شناسایی فرصت، کارآفرینی، گردشگری روستایی، صنعت گردشگری، مازندران

مقدمه

امروزه گردشگری روستایی تبدیل به عاملی جدید برای توسعه روستایی، رسیدن جریان گردشگران به این مناطق و کمک به توزیع فضایی و زمانی بهتر این جریان‌ها شده است. همچنین گردشگری روستایی میزان سوددهی مناطق غیر شهری را از طریق افزایش درآمد، بالا بردن کیفیت زندگی ساکنین، بهبود زیرساخت‌ها و سطح اشتغال و ارتقاء دیگر فرصت‌ها تقویت نموده است (۳). به رسمیت شناختن فرصت های شغلی در قلب تحقیق کارآفرینی قرار دارد، فرآیند کارآفرینی همیشه با شناسایی یک ایده بالقوه برای شروع یک کسب و کار آغاز می‌شود که می‌تواند مورد بررسی قرار بگیرد و به یک محصول جدید، خدمات یا فرآیند جدید تبدیل شود. بنابراین، مفهوم فرصت تبدیل به نقطه کانونی تحقیقات کارآفرینی شده است (۱۱). از نگاه اجتماعی، گردشگری روستایی فرصتی برای کاهش اختلافات در حال ظهور بین مناطق شهری و حومه را به دلیل کاهش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های عمومی مانند حمل و نقل عمومی، فقدان فرصت‌های آموزشی عالی و خدمات اساسی اجتماعی فراهم می‌کند(۸). در این بین زیر چتر مفهوم گردشگری روستایی، انواع خاص دیگری از گردشگری از قبیل گردشگری کشاورزی، گردشگری فرهنگی، گردشگری طبیعت، گردشگری تفریحی و اکوتوریسم نیز ظهور یافته‌اند (۵ و ۸). در سالیان اخیر و با گسترش تحقیقات کارآفرینی، شناسایی فرصت نیز به‌عنوان نقطه تمرکز کارآفرینی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفت. بی‌شک شناسایی فرصت بدون ارتباط یافتن با فرآیند کارآفرینی آن را از قالب مورد نظر خارج می کند. بر اساس آمارنامه سال ۱۳۹۵ وزارت جهاد کشاورزی، سطح زیر کشت محصولات زراعی و باغی استان مازندران به ترتیب برابر ۳۸۳ و ۱۵۱ هزار هکتار بوده و این استان در بخش محصولات باغی با سهم ۵/۶ درصدی رتبه ۴ کشور را کسب کرده است. از سوی دیگر، شمار روستاهای گردشگری استان از ۱۷ روستا در سال ۹۴ به ۳۰۰ روستا در سال ۹۵ رسیده است و در سال ۹۶ به تعداد ۶۰۰ روستای هدف گردشگری خواهد رسید (۲). حال با توجه به این پتانسیل و جایگاه بالای استان در صورت تحقق عملی اهداف آرمانی می‌توان فرصت کشاورزی استان مازندران را به‌عنوان یک منبع کارآفرینانه، اشتغال‌زا و درآمدی تلقی نموده که خود زمینه توسعه و آبادی استان را به همراه خواهد داشت. شناخت ناسازگاری‌هایی که میان وضعیت موجود، خواسته‌ها و انتظارات وجود دارد، به‌عنوان فرصتی برای نوآوری مطرح است. حال سوالاتی که محقق در تحقیق حاضر به دنبال پاسخ به آن‌ها است عبارتند از: فرصت‌های کارآفرینانه حوزه گردشگری روستایی در استان مازندران کدامند؟ همچنین اولویت سرمایه‌گذاری در فرصت‌های حوزه گردشگری روستایی استان مازندران چگونه می‌باشند؟ در مطالعه پدیده کارآفرینی، مطالعه مفهوم فرصت از ضروریات و مقدمات محسوب می‌شود. لذا جهت فهم کامل مباحث کارآفرینی، بررسی مقوله فرصت‌های کارآفرینانه امری ضروری و با اهمیت به شمار می‌رود. یکی از سه نگرش اصلی موجود در فرآیند کارآفرینی، نگرش فرصت است (۱۵). ونکاتارامن و همکاران (۱۳) فرصت کارآفرینی را اینگونه تعریف کردند: یک فرصت کارآفرینی شامل مجالی برای ایجاد آثار اقتصادی در

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-25]
[DOI: 10.29252/jea.4.7.57]

آینده است و به همین علت شامل یک سمت تقاضا، یک بخش عرضه و ابزارهایی است که آن‌ها را با هم ترکیب می کنند(۱۳). وگال (۱۴) به این موضوع اشاره می‌کند که اکثر چارچوب‌های تشخیص فرصت بر منطقی استوار نیستند که از ایده‌ها و فرصت‌های مخاطره‌آمیز متمایز تشکیل شده باشد، این فرصت‌ها بر پایه یک ایده ابتدایی در طی زمان توسعه یافته‌اند (۱۴). ادبیات علمی، گردشگری روستایی را به‌عنوان یک نوع گردشگری معرفی می‌کند که زندگی روستایی، هنر، فرهنگ، طبیعت و میراث روستایی را نشان می‌دهد. گردشگری روستایی اغلب به‌عنوان نوعی گردشگری دوست دار محیط زیست و پایدارکننده روابط اجتماعی در روستا محسوب می‌شود که مزایای اقتصادی و اجتماعی برای جوامع محلی ایجاد می‌کند. جوامع روستایی باید آگاه باشند که کسب و کار گردشگری روز به روز بیشتر از گذشته در حال تبدیل شدن به صنعتی تجربه‌گرا است. در گذشته اهداف جوامع روستایی به‌طور اشتباه تعریف می‌شد و این مقاصد به‌عنوان مکان‌هایی جهت ارائه همه چیز به‌صورت ایده‌آل تعریف می شد، مانند: نشان دادن کشاورزانی شاد، محیط‌هایی رمانتیک، استفاده سنتی از زمین، فرهنگ محلی و سنت‌های مختلف. ولی این تعریف امروزه کاربردی ندارد و توانایی جذب گردشگران تجربه‌گرا که علاقه‌مند زندگی روستایی هستند را دارا نمی‌باشد. در گردشگری روستایی باید تقاضای گروه‌های هدف خاص مورد توجه قرار گیرد، این افراد خواستار تجربیاتی طبیعی و جدید هستند و تمایلی به رویدادهای برنامه‌ریزی شده ندارند (۹). در رابطه با شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه، فرصت‌های گردشگری و جذب گردشگر تحقیقات متعددی صورت گرفته است که ذیلاً به برخی از آنها اشاره می‌گردد: میرزایی(۶) در تحقیقی به بررسی زیرساخت‌های گردشگری روستایی بر میزان جذب گردشگر روستای اِنی سلفی شهرستان گرمی پرداخت. نتایج این تحقیق نشان داد که سرمایه‌گذاری در زیر ساخت‌های بهداشتی – درمانی، اقامتی و تجاری به ترتیب بیشترین میزان تأثیر را در جذب گردشگر به روستا را دارند. همچنین خسروجردی و نوری‌پور (۴) در تحقیق خود به شناسایی راهبردهای توسعه گردشگری روستایی منطقه درودزن به‌وسیله تلفیق مدل‌های برنامه‌ریزی راهبردی و شبکه عصبی مصنوعی پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که تلاش مسئولان رده بالای استانی در جهت ایجاد طرح و برنامه‌ای برای گسترش گردشگری روستایی و در راستای اشتغال‌زایی از طریق توسعه گردشگری در اولویت اول و راهبردهای تهاجمی و راهبردهای تدافعی در اولویت های بعدی قرار دارند. علی‌آبادی و همکاران (۱) در تحقیقی به بررسی تأثیر تفکر استراتژیک و سرمایه‌ی اجتماعی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در بین جوانان روستایی شهرستان کنگاور پرداختند. نتایج نشان داد که جوانان روستایی از لحاظ شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در وضعیت ضعیفی قرار دارند. یافته‌ها نشان داد که میزان سرمایه‌ی اجتماعی و تفکر استراتژیک جوانان روستایی مناسب بوده و ضریب تعیین آنها از تغییرات تشخیص فرصت کارآفرینانه به ترتیب ۰/۵۴ و ۰/۴۹ درصد می‌باشد. صفری و میرزایی بافقی (۱۰) در تحقیقی به شناسایی و اولویت‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری شهرستان یزد پرداختند. این تحقیق فرصت‌های کارآفرینانه را در ۱۰ سطح اولویت‌بندی کرد که شامل فرصت‌های اقامتی، سیاحتی، عمومی، حمل و نقل، تجاری، فرهنگی، سلامت، پذیرایی، اداری و مالی می باشند. در این بین مشخص شد که فراهم کردن فضا و امکانات تفریحی بالاترین اولویت را در بین موارد شناسایی شده دارا است. همچنین، کامپون و همکاران (۳) در تحقیقی به بررسی روش‌های بهبود پایدار در مقصد گردشگری روستایی با توجه به تلاش برای وفاداری توریستی در اسپانیا پرداختند. نتایج به این موضوع اشاره دارند که تصویر، کیفیت و رضایت از ویژگی‌های مقصد تأثیر مستقیمی بر وفاداری به مقصد توریستی روستایی دارد. نتایج نشان می‌دهد که این عوامل پیش مقدمه‌هایی هستند که به‌واسطه رضایت تأثیر غیرمستقیمی بر وفاداری دارند. در تحقیق دیگری پروبستل و همکاران(۹) به بررسی فرصت‌های گردشگری روستایی از طریق استراتژی‌ها و الزامات رهبری مقصد در مناطق حاشیه ای پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که با تشخیص درست مدل‌های توسعه گردشگری می‌توان گزینه‌های مختلف توسعه را شفاف و آسان درک نمود، این امر ممکن است به جامعه کمک کند تا از توسعه‌ی گردشگری با برنامه‌ریزی فضایی پشتیبانی کند و از درگیری با سایر اشکال استفاده از زمین جلوگیری کند. به‌طورکلی رهبری یک منطقه برای توسعه گردشگری روستایی باید با ایجاد یک همکاری استراتژیک بین کسب و کارهای گردشگری و سایر سازمان‌ها براساس تعهد به همبستگی مقصد رفتار کند. هدف تحقیق حاضر شناسایی فرصت های کارآفرینانه در گردشگری روستایی می باشد.

مواد و روش‌ها

از روش تحقیق تقسیم‌بندی‌های متعددی شده است که در ادامه به برخی از آنها اشاره خواهد شد. روش تحقیق حاضر بر مبنای هدف توسعه‌ای می‌باشد، از نظر ماهیت توصیفی، بر مبنای رویکرد آمیخته، و بر مبنای گردآوری داده کتابخانه‌ای میدانی می‌باشد. به‌منظور گردآوری داده‌ها از روش آمیخته استفاده شد که در بخش کیفی از مصاحبه و تجزیه و تحلیل تم جهت گردآوری داده‌ها استفاده شد. ابزار گردآوری اطلاعات در بخش کیفی مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بوده است. جامعه آماری این بخش شامل خبرگان صنعت گردشگری (شامل: مدیر کل و معاون سرمایه‌گذاری سازمان گردشگری و میراث فرهنگی، دو نفر از اعضای هیأت علمی دانشکده گردشگری مازندران، معاون شهرسازی سازمان مسکن و شهرسازی، معاون اراضی سازمان جهاد کشاورزی، کارشناس ارزیاب طرح‌های سرمایه‌گذاری حوزه گردشگری استان؛ دو نفر از مدیران عامل شرکت‌های خصوصی فعال در صنعت هتل‌داری و سازمان عمران مسکن استان مازندران بودند) که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. اشباع نظری در بخش کیفی و اجرای مصاحبه پس از مصاحبه نهم صورت گرفت و با اجماع دیدگاه متخصصین و اعضای تیم تحقیق،

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-25]

[DOI: 10.29252/jea.4.7.57]

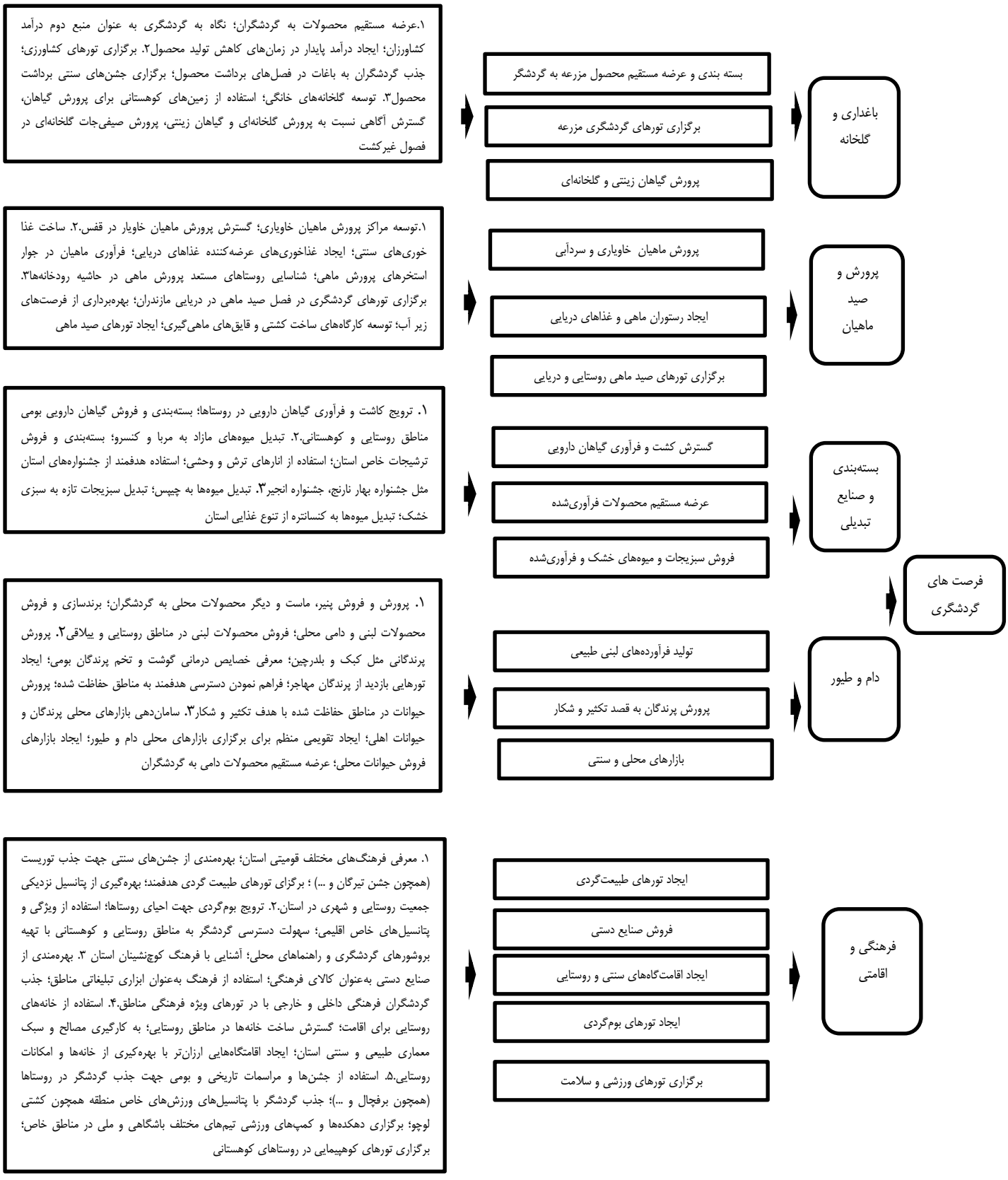
فرآیند مصاحبه اتمام یافت و در ادامه پس از تحلیل محتوا و تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش کدگذاری در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و شناسایی ابعاد مدل مفهومی تحقیق را ارائه نموده‌اند. جامعه آماری بخش کمی تحقیق حاضر شامل ۷۲ نفر از پرسنل خبره سازمان گردشگری و صنایع دستی، فعالان اقتصادی حوزه گردشگری و صنایع دستی، دهیاران مناطق گردشگری ویژه استان، کارشناسان روستایی استانداری، مدیران سازمان جهاد کشاورزی و دفاتر خدمات گردشگری می‌باشد که با توجه به ماهیت جامعه آماری به روش نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شدند. به منظور گردآوری داده بخش کمی پرسشنامه ۵۵ سوالی بر مبنای مدل مفهومی به‌دست آمده از بخش کیفی تهیه و تنظیم شد که مشتمل بر چهار سوال جمعیت‌شناختی و ۵۱ سوال اصلی به منظور سنجش پنج بعد شناسایی شده به‌عنوان فرصت‌های گردشگری روستایی استان مازندران شناسایی شده بودند، استفاده شد. همچنین به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات از نرم‌افزار Smart PLS 2 استفاده شد و به‌منظور توصیف داده‌های جمعیت‌شناختی از نرم‌افزار Spss 20 استفاده شده است.

نتایج و بحث

همان‌گونه که پیش از این بحث شد، تحقیق حاضر از نظر گردآوری داده از نوع روش تحقیق آمیخته بوده است. در بخش کیفی محققین پس از انجام مصاحبه با ۹ نفر از متخصصین امر و حصول اشباع نظری، تحلیل محتوا در سه بخش کدگذاری باز، شناسایی کدهای محوری و شناسایی ابعاد و مولفه‌ها صورت گرفت که یافته‌های این بخش در شکل یک ارائه شده است.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-25]

[DOI: 10.29252/jea.4.7.57]



شکل ۱- یافته‌های بخش کیفی-کدها و ابعاد مستخرجه از مصاحبه‌ها

Figure 1. Findings of the qualitative section-codes and dimensions of subtraction from the interviews

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-25]

[DOI: 10.29252/jea.4.7.57]

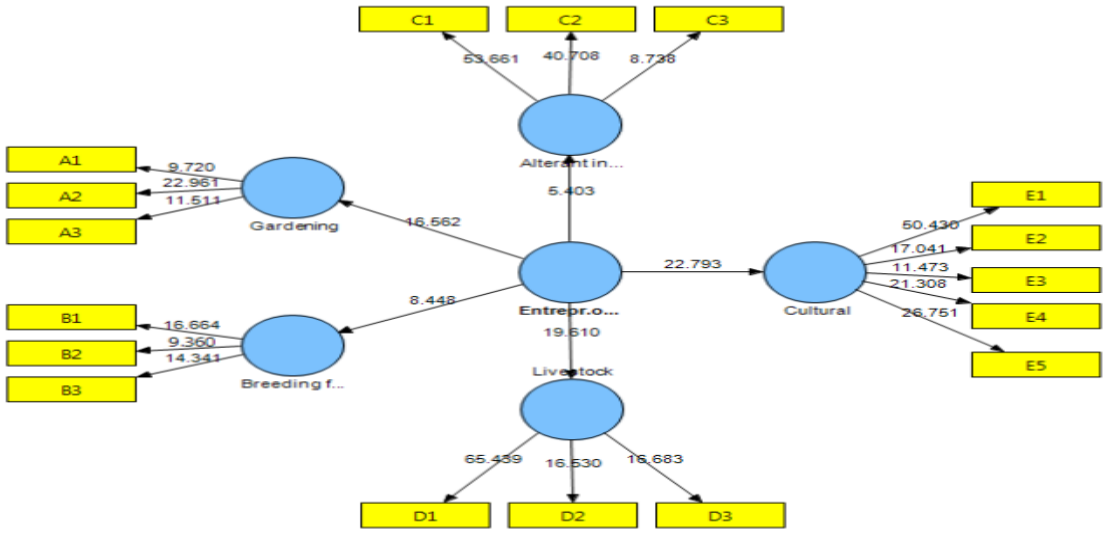
با توجه به یافته‌های حاصل از بخش مطالعات کیفی و مصاحبه‌ها، پرسش‌نامه در بین اعضای جامعه آماری توزیع گشت و پس از تکمیل و گردآوری پرسشنامه‌ها از آزمون‌های معادلات ساختاری جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد که در ادامه به ارائه یافته‌های بخش کمی تحقیق پرداخته خواهد شد. با توجه به اینکه مقدار بار عاملی شاخص‌ها در مدل ساختاری تحقیق بالاتر از ۰/۷ بوده است، در نتیجه مدل اولیه تأیید می‌شود (شکل ۳). تأیید پایایی و روایی ابزار تحقیق نیاز به بررسی سایر شاخص‌های تأثیر گذار دارد، برای تأیید پایایی باید بارهای عاملی باید بالاتر از ۰/۷ باشد (شکل ۳) و آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷، پایایی ترکیبی بین ۰/۷و ۰/۹۵، پایایی اشتراکی بالاتر از ۰/۵ باشد که با توجه به جدول شماره ۲ تمامی شاخص‌ها بالاتر از مقدار موردقبول بوده و در نتیجه پایایی ابزار تحقیق تأیید می‌شود. برای تأیید روایی باید: ۱. همه‌ی بارهای عاملی معنی‌دار باشد، ۲. همه‌ی بارهای عاملی بالاتر از ۰/۷ باشد، ۳. میانگین واریانس استخراج شده همه ی سازه‌های مورد مطالعه بالاتر از ۰/۵ و ۴. پایای ترکیبی بزرگتر از میانگین واریانس استخراج شده باشد، که با توجه به مدل ساختاری (شکل ۳) و جدول شماره (۲) شاخص‌ها تمامی شرطهای لازم برای تأیید روایی را نیز دارند. در نتیجه روایی ابزار تحقیق نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول ۱- جدول تأیید روایی و پایایی ابزار کمی تحقیق

Table 1. Validity and reliability verification table of quantitative research tool

متغییرهای مکنون	آلفا>۷/۰	پایایی اشتراکی> ۵/۰	۷/۰< پایایی ترکیبی <۹۵/۰	میانگین واریانس> ۵/۰	ضریب تعیین
فرصت‌های کارآفرینانه	۰/۸۸۹۱۰۹	۰/۵۱۴۰۲۲	۰/۹۰۶۳۴۷	۰/۵۹۴۰۲۲	.....
باغداری و گلخانه	۰/۷۴۹۱۹۶	۰/۶۶۷۵۶۴	۰/۸۵۷۰۰۲	۰/۶۶۷۵۶۴	۰/۳۶۲۶۷۸
پرورش و صید ماهیان	۰/۷۰۴۹۳۲	۰/۶۳۱۴۷۳	۰/۸۳۶۵۳۰	۰/۶۳۱۴۵۷	۰/۲۷۸۰۹۷
صنایع تبدیلی	۰/۸۶۰۹۲۱	۰/۷۷۷۳۹۳	۰/۹۱۲۱۳۵	۰/۷۷۷۳۹۳	۰/۲۲۰۸۱۷
دام و طیور	۰/۸۲۰۱۶۹	۰/۷۳۸۵۹۸	۰/۸۹۴۰۳۰	۰/۷۳۸۵۹۸	۰/۴۴۲۰۲۲
فرهنگی و اقامتی	۰/۸۷۰۳۰۳	۰/۶۵۸۸۵۸	۰/۹۱۵۹۸۷	۰/۶۵۸۸۵۸	۰/۴۶۸۸۳۰

برای تأیید کیفیت مدل تحقیق تعیین برازش مدل کلی تحقیق ضروری است، این شاخص، مجذور ضرب دو مقدار متوسط مقادیر اشتراکی و متوسط ضرایب تعیین است. مقادیر ۰/۳۶، ۰/۲۵و ۰/۰۱به‌ترتیب قوی، متوسط و ضعیف توصیف شده است. با توجه به جدول شماره (۲) مقدار به‌دست آمده برای مقادیر اشتراکی و ضرایب تعیین به ترتیب ۰/۶۶۴ و ۰/۳۵۴ است. همچنین، مقدار به‌دست آمده برای تعیین برازش مدل کلی ۰/۴۸۵ است که این مقدار بیشتر از مقدار ۰/۳۶ بوده و در نتیجه برازش قوی برای مدل تحقیق تأیید می‌شود.

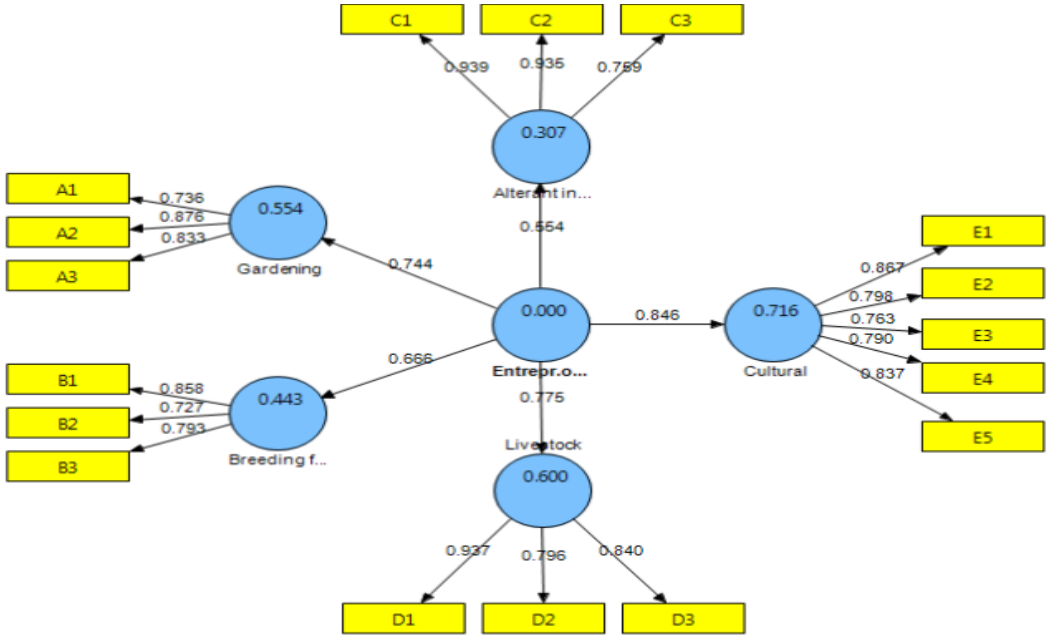


شکل ۲- مدل ساختاری تحقیق همراه با مقادیر t-values

Figure 2. Structural research model with values of t-values

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-25]

[DOI: 10.29252/jea.4.7.57]



شکل ۳- مدل ساختاری تحقیق همراه با ضرایب استاندارد بارهای عامل

Figure 3. Structural model of research along with standard coefficients of operating loads

جدول ۲- بارعاملی و اولویت‌بندی فرصت‌ها

Table 2. Efficiency and Prioritization of Opportunities

عامل	شاخص	بار عاملی	عامل	شاخص	بار عاملی
باغداری و گلخانه	برگزاری تورهای گردشگری مزرعه	۰/۸۷۶	دام و طیور	تولید فرآورده‌های لبنی طبیعی	۰/۹۳۷
	پرورش گیاهان زینتی و گلخانه‌ای	۰/۸۳۳		بازارهای محلی و سنتی	۰/۸۴۰
	بسته‌بندی و عرضه مستقیم محصول مزرعه به گردشگر	۰/۷۳۶		پرورش پرندگان به قصد تکثیر و شکار	۰/۷۹۶
پرورش و صید ماهیان	پرورش ماهیان خاویاری و سردآبی	۰/۸۵۸	فرهنگی و اقامتی	ایجاد تورهای طبیعت‌گردی	۰/۸۶۷
	برگزاری تورهای صید ماهی روستایی و دریایی	۰/۷۹۳		برگزاری تورهای ورزشی و سلامت	۰/۸۳۷
صنایع تبدیلی	ایجاد رستوران ماهی و غذاهای دریایی	۰/۷۲۷		ایجاد تورهای بوم‌گردی	۰/۷۹۸
	گسترش کشت و فرآوری گیاهان دارویی	۰/۹۳۹		ایجاد اقامت گاه‌های سنتی و روستایی	۰/۷۹۰
	عرضه مستقیم محصولات فرآوری‌شده	۰/۹۳۵			
	فروش سبزیجات و میوه‌های خشک و فرآوری‌شده	۰/۷۵۹		فروش صنایع دستی	۰/۷۶۳

در این بخش با توجه به نتایج داده‌های آماری و بارهای عاملی به‌دست آمده به سطح‌بندی فرصت‌ها پرداخته و هر یک را به ترتیب اولویت نشان داده شده است. مقدار بارعاملی میزان تأثیرگذاری هر یک از سنجه‌ها را بر روی متغییر مکنون نشان می‌دهد، مقدار این شاخص از ۰ تا ۱ است و نباید کمتر از ۰/۷ باشد. حال با توجه به شکل‌های شماره (۲) و (۳) به تفسیر سطح معنی‌داری و ضریب مسیر بین متغییرهای تحقیق پرداخته می‌شود.

جدول ۳- نتایج رابطهٔ مستقیم و ضرایب معنی‌داری مدل

Table 3. Results of direct relationship and significant coefficients of the model

مسیر	نشان	ضریب مسیر	معنی‌داری	سطح معنی‌داری	نتیجه آزمون
فرصت‌های کارآفرینی – فرهنگی و اقامتی	Entrepr.opportuniti - Cultural	۰/۸۴۶	۲۲/۷۹۳	P<۰/۰۱	قبول
فرصت‌های کارآفرینی – دام و طیور	Entrepr.opportuniti- Livestock	۰/۷۷۵	۱۹/۶۱۰	P<۰/۰۱	قبول
فرصت‌های کارآفرینی – باغداری و گلخانه	Entrepr.opportuniti-Gardening	۰/۷۴۴	۱۶/۵۶۲	P<۰/۰۱	قبول
فرصت‌های کارآفرینی – پرورش و صید ماهیان	Entrepr.opportuniti -Breeding fish	۰/۶۶۶	۸/۴۴۸	P<۰/۰۱	قبول
فرصت‌های کارآفرینی – صنایع تبدیلی	Entrepr.opportuniti - Alterant industries	۰/۵۵۴	۵/۴۰۳	P<۰/۰۱	قبول

|t|>1.96 Significatan at P<0.05
|t|>2.58 Significatan at P<0.01

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-25]

[DOI: 10.29252/jea.4.7.57]

نتایج بیانگر آن است که حوزه فرهنگی و اقامتی جزء فرصت‌های تأثیرگذار در زمینه گردشگری روستایی می‌باشد این یافته‌ها با نتایج تحقیق میرزایی (۶) یکسان می‌باشد (۶). همچنین صفری و میرزایی بافقی (۱۰) در تحقیق خود روشی مشابه با تحقیق حاضر در پیش گرفتند و فرصت‌های مشابه‌ای همچون حوزه اقامتی و فرهنگی را در تحقیق خود شناسایی نمودند. از طرفی پروبستل و همکاران (۹) به بررسی فرصت های گردشگری روستایی از طریق استراتژی‌ها و الزامات رهبری مقصد در مناطق حاشیه‌ای روستایی پرداختند که به فرصت‌هایی از قبیل گردشگری کشاورزی، گردشگری فرهنگی و گردشگری طبیعت رسیدند، این فرصت‌ها نیز با یافته‌های تحقیق حاضر یکسان می‌باشند. مستند به یافته‌های کیفی و همچنین ضرایب بارعاملی تحقیق موارد زیر به‌عنوان پیشنهاداتی برای مدیران گردشگری و صنایع دستی ارائه می شود. نتایج تحقیق حاضر نشان داده است که میزان اثرگذاری شاخص اقامتی و فرهنگی از بالاترین شدت اثرگذاری بر فرصت‌های گردشگری برخوردار است، لذا مستند به ضرایب بار عاملی آزمون پیشنهاد می‌شود مولفه‌های همچون ایجاد تورهای طبیعت‌گردی، برگزاری تورهای ورزشی و سلامت و ایجاد تورهای بوم‌گردی مورد توجه بیشتری قرار بگیرند. از سویی یافته‌های تحقیق نشان داده است که میزان اثرگذاری شاخص دام و طیور از بالاترین شدت اثرگذاری بر فرصت‌های گردشگری را برخوردار است و در جایگاه دوم قرار دارد، لذا مستند به ضرایب بار عاملی آزمون پیشنهاد می‌شود مولفه‌های همچون تولید فرآورده‌های لبنی طبیعی و بازارهای محلی و سنتی مورد توجه بیشتری قرار بگیرند. همچنین میزان اثر گذاری شاخص صنایع تبدیلی در بین فرصت‌های گردشگری از جایگاه پایینی برخوردار است، لذا مستند به ضرایب بار عاملی آزمون پیشنهاد می‌شود شاخص‌های همچون فروش سبزیجات و میوه‌های خشک و فرآوری شده و عرضه مستقیم محصولات فرآوری شده که به ترتیب کمترین میزان بارهای عاملی را به خود اختصاص داده‌اند، بیشتر از پیش مورد توجه قرار بگیرند. همچنین نتایج تحقیق حاضر نشان داده است که میزان اثرگذاری شاخص باغداری و گلخانه و پرورش و صید ماهیان از شدت اثرگذاری تقریباً یکسان بر فرصت‌های گردشگری برخوردار است، لذا مستند به ضرایب بار عاملی آزمون پیشنهاد می‌شود مولفه‌هایی همچون برگزاری تورهای گردشگری مزرعه و پرورش ماهیان خاویاری و سردآبی در این دو شاخص مورد توجه بیشتری قرار بگیرند. مستند به یافته‌های تحقیق و ضرایب بار عاملی موارد زیر به‌عنوان پیشنهاداتی به دیگر محققان برای تحقیقات آتی ارائه می‌شود: در این تحقیق کمترین میزان تأثیرگذاری شاخص‌های فرصت در حوزه گردشگری مربوط به صنایع تبدیلی بوده است، این در حالی است که مصاحبه‌شوندگان حوزه مربوط به صنایع تبدیلی را به‌عنوان فرصتی مهم مورد ارزیابی قرار دادند، از این رو به پژوهش‌گران آتی پیشنهاد می‌شود به بررسی علت و چرائی پایین‌بودن شدت اثرگذاری این شاخص بپردازند. در طی فرآیند تحقیق آنچه بیش از پیش مورد تأکید افراد قرار گرفت، ناهماهنگی قوانین و متولیان حوزه گردشگری می‌باشد، از این رو پیشنهاد می‌شود تحقیق مشابهی برای پیدا کردن قوانین موازی در دستگاه‌های دولتی انجام شده و به ارائه راه کارهایی برای سرعت‌بخشی به فرآیندهای موجود در حوزه گردشگری پرداخته شود. مرور ادبیات نظری تحقیق نشان می‌دهد در تحقیقاتی همانند مطالعات میرزایی (۶)، حوزه‌هایی همچون زیر ساخت‌های بهداشتی- درمانی به‌عنوان عامل موثری در جذب گردشگر می‌باشد که در تحقیق حاضر مورد بررسی قرار نگرفت، لذا به محققین آتی پیشنهاد می‌شود در تحقق خود تأثیر این متغیر را بررسی نمایند (۶).

تشکر و قدردانی

مقاله حاضر برگرفته از طرح تحقیقاتی با عنوان شناسایی و تشخیص فرصت های کارآفرینانه در صنعت توریسم استان مازندران که با حمایت مالی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی صورت گرفته است.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-25]

[DOI: 10.29252/jea.4.7.57]

منابع

1. Ali Abadi, V., P. Ataei and R. Movahedi. 2016. Effect of strategic thinking and social capital on identifying entrepreneurial opportunities among rural youth, rural research and planning, Volume, 14: 95- 110 (In Persian).
2. Alizadeh, R. 2017. 300 villages of Mazandaran are tourism destinations. Mehr news agency, 10-50 (In Persian).
3. Campon-Cerro, A., J. Hernandez-Mogollon and H. Alves. 2016. Sustainable improvement of competitiveness in rural tourism destinations: The quest for tourist loyalty in Spain. Journal of Destination Marketing and Management, 6: 252-266.
4. Khosrojerdi, M. and M. Nouripoor. 2016. Identification of Rudzan Rural Tourism Development Strategies: Integrating Strategic Planning and Artificial Neural Network Models. Planning and space alignment, Volume, 1: 167- 196 (In Persian).
5. Lane, B. 2009."Rural tourism: an overview", in Jamal, T. and Robinson, M. (Eds), The Sage Handbook of Tourism Studies, Sage Publications, London, 354-370.
6. Mirzaii, Z. 2016. Investigating the Impact of Rural Tourism Infrastructure on the Recruitment of Visitors to the Eni Village of Garmi. New research in humanities, 4: 167-196 (In Persian).
7. Ploum, L., V. Blok MBA, T. Lans and O. Omta. 2017. Exploring the relation between 55individual moral antecedents and entrepreneurial opportunity recognition for sustainable development, Journal of Cleaner Production. Volume, 172: 1582-1591.
8. Probstl, U. 2010. Strategies for tourism development in peripheral areas in the Alpine area", in Brebbia, C.A. and Pineda, F.D. (Eds), Sustainable Tourism IV, WIT Press, Southampton, Boston, Volume, 139: 3-12.
9. Pröbstl. U.. V. Melzer and A. Jiricka. 2014. "Rural tourism opportunities: strategies and requirements for destination leadership in peripheral areas", Tourism Review, Volume, 69: 216-228.
10. Safari, S. and M. Mirzaei Bafghi. 2014. Identification and Prioritization of Entrepreneurial Opportunities in the Tourism Industry of Yazd. Journal of Tourism Management Studies, Volume, 26: 127- 149 (In Persian).
11. Shane, S. and S. Venkataraman. 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research.Academy of management review, Volume, 25: 217-226.
12. Shepherd, D.A., J.S. Mcmullen and P.D. Jennings. 2007. The Formation of opportunity beliefs: overcoming ignorance and reducing doubt, Strategic Entrepreneurship Journal, Volume, 1: 75-95.
13. Venkataraman, S., S.D. Sarasvathy, N. Dew and W.R. Foster. 2012. Reflections on the 2010 AMR decade award: Whither the promise? Moving forward with entrepreneurship as a science of the artificial. Academy of Management Review, Volume, 37: 21-33.
14. Vogel, P. 2016. From venture idea to venture opportunity. Entrepreneurship Theory and Practice, Volume, 41: 943-971.
15. Yadolahi Farsi, J., A. Kalabi and R. Mehra. 2011. Entrepreneurship Opportunities and Ideas, Second Edition, Publishing House Jihad University, Tehran, 340 pp (In Persian).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-25]

[DOI: 10.29252/jea.4.7.57]

Identify Entrepreneurial Opportunities in Rural Tourism

Aliakbar Aghajani Afrouzi[1] and Mahdi Alizadeh[2]

1- Faculty Member and lecturer of Business Group Payam e Noor University. Iran
2- Teacher of Payame Noor University. Iran (Corresponding Author:
Received: December 25, 2017 Accepted: May 12, 2018

Abstract

The purpose of this research is to identify the entrepreneurial opportunities for the rural tourism industry in Mazandaran province in order to answer the question of what the appropriate fields of investment and rural tourism potentials in Mazandaran province are. The methodology used in this research is of a descriptive nature and is based on developmental purposes. Accordingly, a combined approach was used in order to conduct this research and opportunity identification as well. As a research tool in the qualitative research section, semi-structured interviews with managers, economics activists in tourism industry and university scholars of the province were used to identify the livelihood opportunities of Mazandaran province. At this stage, nine experts from the province were identified by a targeted method and the semi-structured interviews were conducted to collect data. After completing the interview process, the first stage of the open source codification was based on oral statements and in the second stage, the coding was done axially and 17 axial codes were extracted. In the third stage of dimension identification, five dimensions including gardening and greenhouses, breeding and catching fish, packing and conversion industries, livestock and poultry, and cultural and residential dimensions were identified. Considering the qualitative aspect of the research, sampling method was done purposefully in this study. Regarding its quantitative aspect, based on the model extracted from the interviews and using a snowball sampling method, a questionnaire consisting of 55 questions was designed and provided to the statistical community of the research. Data were analyzed by a PLS software, and the findings of this study showed that cultural and residential opportunity was identified as the first rural tourism opportunity in Mazandaran province.

Keywords: Entrepreneurship, Mazandaran, Opportunity Identification, Rural Tourism, Tourism Industry

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-25]

[DOI: 10.29252/jea.4.7.57]