

تأثیر گردشگری روستایی در توسعه کارآفرینی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۰۹

کد مقاله: ۳۷۸۰۵

بهمن خسروی پور^{۱*}، کوثر لویمی^۲، پردیس عالی وند^۳

چکیده

امروزه گردشگری روستایی یکی از پیش رو ترین فعالیت‌های در حال رشد دنیا و ابزاری برای افزایش درآمد ملی کشورها محسوب می‌شود. در کشورهای مختلفی صنعت گردشگری به عنوان یک ثروت با ارزش در نظر گرفته می‌شود. بستر جامعه، محیط آن بوده و چگونگی رشد آن را تعیین می‌کند، و با تأثیری که بر شرایط فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی، زیرساخت‌ها و اکولوژیکی دارد، از طریق افزایش انگیزه پیشرفت، تغییر نگرش‌ها، افزایش مشارکت و ارتقا روحیه‌ی خلاقیت و نوآوری در محیط، روستا را آماده می‌کند. و یکی از ویژگی‌های مهم گردشگری بطور عام و گردشگری روستایی بطور خاص توسعه‌ی کارآفرینی است. به کارآفرینی به عنوان یک عنصر ضروری برای رشد اقتصادی و افزایش توانمندی و ظرفیت‌سازی در جوامع روستایی نگریسته می‌شود. توجه به کارآفرینی گردشگری روستایی می‌تواند نقش مهمی در اشتغال‌زایی و بهبود وضعیت اقتصادی روستا و روستائیان داشته و در نهایت به توسعه پایدار روستایی ختم می‌شود. بنابراین لازم است برای توانمندسازی در روستاها کارآفرینی گردشگری روستایی به عنوان یک راهبرد نوین مورد توجه قرار گیرد. این مقاله که به روش مروری و با استفاده از منابع مکتوب و سایت‌های اینترنتی تدوین شده است، تلاش دارد لزوم توسعه کارآفرینی در روستا و نقش گردشگری در این زمینه را بررسی نماید.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، گردشگری، گردشگری روستایی، اشتغال

۱- استاد و عضو هیأت علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاتانی، ایران
(نویسنده مسئول) b.khosravipour@gmail.com - khosravipour@asnrukh.ac.ir

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی پایدار، گرایش ترویج کشاورزی پایدار و منابع طبیعی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاتانی، ایران

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی پایدار، گرایش آموزش کشاورزی پایدار و محیط زیست، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاتانی، ایران

گردشگری در وهله ی اول یک ابزار توسعه است و به صورت گسترده، ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه در مناطق هدف به شمار می رود. ارتقا و توسعه منطقه ای و ناحیه ای در کشور های توسعه یافته و در حال توسعه از پیامدهای مثبت گردشگری است (لنجانی و همکاران، ۱۴۰۰، به نقل از خسروی پور و خسروی پور، ۱۴۰۲). گردشگری اگر به درستی در راهبرد های توسعه کشور جای گیرد می تواند اساس نظام های مولدی با هدف ریشه کنی فقر و هم پیوند سازی کشور های در حال توسعه قرار گیرد (فناد و فاضلی، ۱۳۹۱). امروزه گردشگری، یکی از بزرگ ترین صنعت ها در جهان است که طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری یکی از عوامل اصلی توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی بسیاری از کشور ها بوده بطوری که در طی سالیان آتی به بزرگ ترین صنعت در جهان بدل خواهد شد (قاسم زاده و خسروی پور، ۱۴۰۱). و به عنوان صنعتی که دائماً در معرض تغییرات محیطی از جمله تغییر در وجه تقاضا است، به بستری مناسب برای ظهور و رشد کارآفرینی تبدیل شده است. با توجه به اهمیت کارآفرینی در تولید ثروت و ویژگی گردشگری به عنوان ابزاری بالقوه برای توزیع و باز توزیع ثروت در تمامی سطوح جامعه، به نظر می رسد هم افزایی کارآفرینی در حوزه گردشگری بتواند به عنوان کمک مؤثری جهت توسعه توانمند سازی جوامع میزبان قلمداد گردد (گرچی، ۱۳۹۰). اقتصاد دانان تمرکز و توجه خود را بر گردشگری معطوف می کنند، زیرا بر این باورند که گردشگری صنعت مولد اشتغال زایی است. گردشگری قابلیت بالایی برای اثر گذاری بر افراد برای گرایش به کارآفرین دارد (اربابیان و همکاران، ۱۳۹۳). در همین راستا یکی از زمینه هایی که می تواند حرف جدیدی برای برطرف کردن مشکلات روستائیان بزند و جامعه روستایی را از رخوت و سستی خارج نماید، کارآفرینی در زمینه گردشگری روستایی می باشد. کارآفرینی گردشگری روستایی با ایجاد راهکارهای بدیع و نو و بروز خلاقیت و کارآفرینی، مسیری جدید را پیش روی سرمایه گذاران، کارآفرینان و مسئولین این حوزه باز کرده است که به اذعان بسیاری از کارشناسان این حوزه، این مسیر جدید می تواند به عنوان راهبرد نوین جهت متنوع ساختن اقتصاد روستایی و توسعه پایدار روستایی مورد استفاده قرار گیرد (Su و 2011، به نقل از رستمی و احسانی فر، ۱۳۹۷). بعلاوه فرایندی است که با شناسایی خدمت از سوی فردی که معمولاً ریسک پذیر بوده و دارای تفکر و نگاه دور اندیشانه است، آغاز و پس از طی مراحل مختلف از جمله ایده یابی، غربال ایده امکان سنجی و تدوین کسب و کار به تشکیل شرکت منتهی می شود و جهت تدوین ویژگی های این فرایند، تخریب چارچوب های موجود به واسطه تخریب خلاق با جایگزینی چارچوب های نو است (ناهدی، ۱۳۸۸). کارآفرینی، فرایند خلق چیزی نو و قبول مخاطرات و منافع آن است (هیس ریچ و پیترز، ۲۰۰۵). با توجه به اهمیت توسعه پایدار در استفاده ی هر چه بهتر از منابع موجود و همچنین با گسترش روز افزون این مفهوم در تمامی حوزه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، با ارائه سیاست های به جا و کارآمد می توان نقش گردشگری را در حوزه ی کارآفرینی پررنگ نمود (کیا کجوری و خرمیان، ۱۳۹۱). بنابراین گردشگری یکی از صناعی است که به سرعت در حال رشد است. با رشد و رونق گردشگری نیازها و تقاضاهای جدید پیش می آید و میزان تقاضا نسبت به کالاها، خدمات و امکانات موجود افزایش می یابد. این امر، محیط ایجاد کسب و کار جدید را فراهم کرده و موجب افزایش روحیه ی کارآفرینی در بین افراد می شود همچنین منجر به افزایش سرمایه گذاری و ایجاد بنگاه های اقتصادی در یک منطقه می شود (دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۰). کارآفرینی گردشگری روستایی راهکاری جدید در نظریه های توسعه برای توانمند سازی و ظرفیت سازی در مناطق روستایی در جهت کاهش شکاف شهرت روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی و ابزار مهم برای رسیدن به توسعه ی پایدار بوده و به عنوان یک راهبرد نوین در توسعه مناطق روستایی به علت ماهیت اشتغال زایی بالا، می تواند برای روستائیان، اشتغال مولد و برای بیکاران فصلی اشتغال موقت ایجاد و ماندگاری در روستا را تسهیل نماید (رکن الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۳). تلفیق مناسب و دقیق گردشگری و کارآفرینی، ضمن پاسخ گویی به نیاز های روستائیان، موجب توسعه پایدار گردشگری روستایی می شود (هاوبین و همکاران، ۲۰۱۴). از این رو در مقاله حاضر به بررسی مفهوم گردشگری روستایی و نقش و ارتباط آن با توسعه کارآفرینی و توسعه پایدار پرداخته می شود.

۲- مفاهیم

کارآفرینی فرایند خلق چیزی جدید و با ارزش می دانند که با صرف زمان و کوشش و ریسک های توأم مالی، روانی و اجتماعی و کسب پاداش های مادی، رضایت شخصی و استقلال عجین شده است (هیسریچ و پیترز، ۲۰۰۵). و کارآفرینی روستایی عبارت است از ایجاد کسب و کار با بهره گیری از فرصت های محلی همراه با نوآوری و تلاش و پشتکار زیاد و پذیرش خطر های مالی و روحی و اجتماعی که با انگیزه های مختلفی از جمله توفیق طلبی، رضایت بخشی، استقلال و کسب سود مالی انجام می شود (حسینی نیا و فلاحی، ۱۳۹۶).

گردشگری روستایی شامل هر نوع فعالیت تفریحی و گذراندن اوقات فراغت با دریافت خدماتی از قبیل غذا، محل اقامت و محصولات محلی از ساکنان محلی و در مکانی که از نظر قوانین و مقررات جاری کشور از نظر ماهیت، اقتصادی و فرهنگی محسوب شود (فتوحی و همکاران، ۱۳۹۹). سازمان گردشگری جهانی (۲۰۰۶)، گردشگری را فعالیتی چند منظوره می داند که در مکانی خارج از محیط عادی گردشگری انجام می گیرد و مسافرت گردشگر بیش از یک سال طول نمی کشد و هدف تفریح، تجارت و یا فعالیت های دیگر است (شیری و همکاران، ۱۳۹۲).

ویژگی های گردشگری روستایی را می توان در محور های زیر خلاصه کرد:

از نظر محدوده جغرافیایی بیشتر یک گردشگری داخلی و بومی است.

از نظر زمان معمولاً کوتاه مدت و روزانه می باشد و میانگین فاصله سفر کم است.

به لحاظ اقتصادی چون روزانه است، گردشگران کم خرج می کنند و سود کمتری دارد.

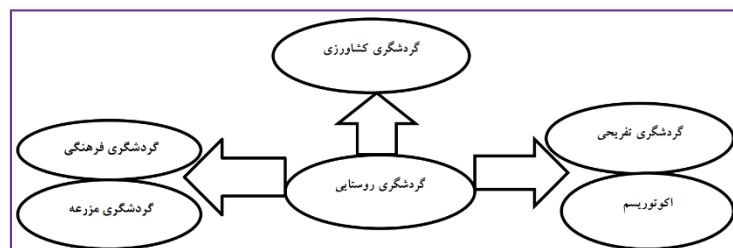
چون روزانه است تعداد گردشگران زیاد است.

با توجه به محیط زیست روستایی و تعداد گردشگران، احتمال بر جای گذاشتن آثار نامطلوب بر محیط زیست افزایش می یابد.

معمولاً کمتر سازمان و نهاد های رسمی بر این نوع گردشگران متمرکز می شوند و به ندرت سازمان یافته هستند (بساک و دین پرست، ۱۳۹۹).

۳- عوامل تأثیر گذار بر صنعت گردشگری

۱. اطلاع رسانی و تبلیغات در سطح ملی و بعد در مراحل بین المللی
 ۲. گسترش حمل و نقل
 ۳. ایجاد امنیت برای مردم و گردشگران
 ۴. هماهنگی سازمان های مرتبط به امور گردشگری
 ۵. فراهم آوردن امکانات رفاهی برای گردشگران، مانند هتل، رستوران، تشکیل شورایی از عناصر آگاه و متخصص در امر سیاحتی و جهانگردی از مراجع مسئول در جهت اهداف توسعه ایرانگردی و جهانگردی و تشکیل کمیسیون های تخصصی به منظور بررسی اهداف، برنامه، توسعه فعالیت های فرهنگی و معرفی واحدهای توریسم و انجام تبلیغات منظم و مناسب (صداقتی و فغفوریان، ۱۳۹۰).
- گردشگری روستایی دارای گونه های مختلفی از گردشگری است که گونه شناسی گردشگری روستایی در شکل شماره (۱) قابل مشاهده است.



شکل ۱- گونه شناسی گردشگری روستایی (مأخذ: سقایی و علیزاده، ۱۳۹۲، به نقل از بساک و همکاران، ۱۳۹۹)

۴- تعریف کارآفرینی

ریشه واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur*، اصطلاحاً به معنای واسطه یا دلال، مشتق شده است. این واژه در طول زمان همراه با تحول شیوه های تولید و ارزش های اجتماعی دچار دگرگونی شده است در مورد مفهوم کارآفرینی تعاریف مختلفی وجود دارد (طالب زاده، ۱۳۹۰). کارآفرینی فرایندی است که طی آن فرد کارآفرین با ایده های نو و خلاق و شناسایی فرصت های جدید، با بسیج منابع به ایجاد کسب و کارها و شرکت های نو و رشد یافته مبادرت می ورزد. توام ریسک است، ولی اغلب به معرفی محصول جدید و یا ارائه خدمت به جامعه منجر می شود (سلیمی سبحان و همکاران، ۱۳۹۷). کارآفرینی فرایندی است که بتواند با استفاده از خلاقیت، چیز نویی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری همراهان بوجود آورد، کارآفرینی گویند (رضوی نعمت اللهی، ۱۳۸۴). برخی نیز معتقدند کارآفرینی یک شغل نیست، یک حرفه نیست بلکه

یک شیوه زندگی است. در واقع کارآفرینی مجموعه از خصایل و فضایی است که متأثر از ویژگی‌های فردی، خانواده، محیط تربیتی و شیوه اجتماعی شدن در فرد تکوین می‌یابد و تحول می‌پذیرد (علی احمدی و همکاران، ۱۳۹۰). در واقع مقوله کارآفرینی به عنوان موثرترین نیروی بالقوه اقتصادی در تاریخ جهان به صورت بحث برانگیزی از حدود سه دهه گذشته تاکنون ظهور یافته و مطرح شده است (میری، ۱۳۹۱).

۵- اجزای اصلی کارآفرینی

- اجزای اصلی این فرایند شامل موارد زیر می‌باشد:
- میل به خطرپذیری حساب شده بر اساس زمان
 - ارزش خالص یا فرصت شغلی
 - توانایی تشکیل تیم در ارتباط با انجام یک کار پرخطر
 - داشتن مهارت خلاق در نظم بخشیدن به منابع مورد نیاز
 - داشتن چشم اندازی برای یافتن فرصت‌هایی که دیگران نمی‌توانند در یک موقعیت به هم ریخته و پر آشوب در یابند (هود گت و کورتاکو، ۲۰۰۷).

۶- فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری

(رکن الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۳) در پژوهش خود بر اساس مطالعات انجام شده عوامل موثر در بوجود آمدن فرصت‌های کارآفرینی در بخش گردشگری را در جدول (۱) نشان داده‌اند:

جدول ۱- عوامل موثر در به وجود آمدن فرصت‌های کارآفرینی در بخش گردشگری (مأخذ: رکن الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۳)

سال	محقق	معیارها
۱۹۹۲	ویلکن ^۶	عوامل اقتصادی (مزیت‌های بازار، فراهم بودن سرمایه) عوامل غیر اقتصادی (مقبولیت کارآفرینی از نظر فرهنگی، تحرکات اجتماعی، امنیت و عواملی همچون طبقه‌ی اجتماعی، قدرت کنترل) عوامل روانشناختی (نیاز به توفیق، انگیزه‌ها و مخاطره‌پذیری) ترکیب عوامل تولید (به منظور ایجاد تغییر در تولید محصولات و خدمات)
۲۰۰۰	شین و همکاران ^۷	نوآوری‌های فنی، عوامل سیاسی، اجتماعی، اداری و تحولات کلان اقتصادی
۱۹۸۵	دراکر ^۸	حوادث غیر مترقبه، تعرض و ناسازگاری بین انتظارها و واقعیت‌ها، نیازهای فرایندی، دانش جدید، تغییر در ساختار بازار و صنعت، تحولات جمعیتی، تغییر در علائق و سلیقه‌ها
۲۰۰۹	جنیفر بلانک و همکاران ^۹	قوانین و مقررات، پایداری محیطی، ایمنی و امنیت، سلامت و بهداشت، اولویت سفر و گردشگری، زیرساخت‌های حمل و نقل زمینی، زیرساخت‌های گردشگری، زیرساخت‌های فن آوری اطلاعات، قیمت‌های رقابتی در صنعت گردشگری، منابع انسانی، میل به سفر و گردشگری، منابع طبیعی، منابع فرهنگی

۷- گردشگری روستایی و توسعه کارآفرینی

ترویج و توسعه کارآفرینی نیازمند محیطی مناسب و انگیزشی است. گردشگری با تأثیری که بر شرایط فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی زیرساخت‌ها و اکولوژیکی دارد، از طریق افزایش انگیزه پیشرفت، تغییر نگرش، افزایش مشارکت و ارتقا روحیه خلاقیت و نوآوری محیط را در جهت ارتقا فرهنگی-اجتماعی آماده می‌سازد. علاوه بر این موجب رشد سرمایه‌گذاری‌ها، گسترش بازارهای محلی، ایجاد اشتغال‌های جدید و تنوع بخشی به اقتصاد در جامعه می‌شود (ایمنی قشلاق و همکاران، ۱۳۹۱). و همچنین زمینه مناسب برای کسب و کار کارآفرینانه فراهم می‌کند (لی، ۲۰۰۸). کارآفرینی تأثیر مثبت و چشمگیری بر تحول مقاصد گردشگری دارد. بر این اساس کارآفرینان ایده‌نوآورانه‌ای را درک نموده یا فرصتی می‌بینند، آن را پیگیری نموده و سپس این ایده و فرصت را به یک کسب و کار مبدل می‌سازند. چنین رفتاری تأثیر کارآفرینی بر توسعه گردشگری را تشریح می‌کند (سلیمی سبحان و

¹Hodgett & kuratko

²Li

همکاران، ۱۳۹۰). بنابراین می توان به نقش مهم گردشگری در توسعه جوامع از طریق ایجاد و شکل گیری کسب و کارهای جدید پی برد.

۸- اهداف کارآفرینی گردشگری روستایی

۱. اشتغال زایی را برای فرد و سایر افراد به دنبال دارد.
 ۲. سرمایه را کد را به چرخه اقتصادی را اضافه می کند.
 ۳. تولید کالا و خدمات را به دنبال دارد، در نهایت منجر به خودکفایی در یک حوزه می شود.
 ۴. تحرک بازار را به دنبال خواهد داشت.
 ۵. مانع از افزایش نرخ بیکاری و ایجاد فرصت های شغلی جدیدی برای روستائیان می شود.
 ۶. پویایی و شکوفایی فعالیت های اقتصادی را به دنبال دارد.
 ۷. باعث تشویق سایر افراد جامعه به کارآفرینی و تکیه بر توانایی ها و قابلیت های فرد می شود.
 ۸. باعث آشنایی و ارتباط محققین با فرهنگ غنی روستائی و استفاده از ظرفیت های عظیم روستا ها می شود. (شریفی راد و همکاران، ۱۳۹۳)
- (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۷) در پژوهش خود و با استفاده از تحلیل عاملی عوامل موثر در ایجاد فضای کارآفرینی گردشگری روستایی را در جدول (۳) نشان داده اند.

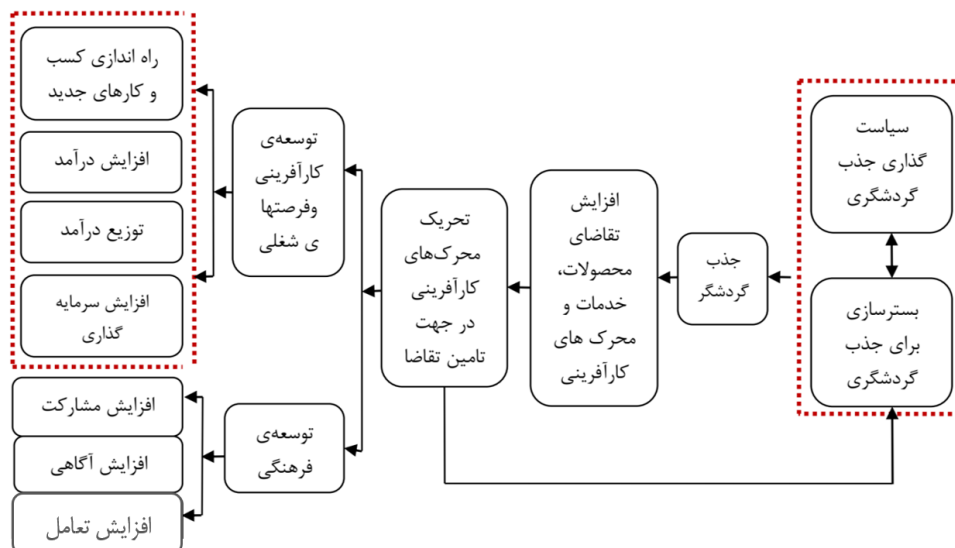
جدول ۲- عوامل تأثیر گذار در ایجاد فضای کارآفرینی گردشگری روستایی (مأخذ: فراهانی و همکاران، ۱۳۹۷)

کارآفرینی و گردشگری روستائی				
شرایط فردی	وضعیت اقتصادی	شرایط اجتماعی	شرایط طبیعی - اکولوژی	سازمان های دولتی و خصوصی
1- تقبیر گرایی	1- اشتغال	1- مشارکت	1- تنوع	1- سیاست گذاری
2- ریسک پذیری	2- درآمد	2- آموزش و آگاهی	2- جاذبه های طبیعی	2- حمایت
3- خلاقیت	3- اعتبارات	3- نهاد سازی	3- کیفیت	3- مشارکت نهادی
4- اعتماد و تحمل	4- سرمایه گذاری			

(عباسی و همکاران، ۱۳۹۹) در پژوهش خود به سه گام اساسی در تبیین عوامل موثر در توسعه کارآفرینی و گردشگری روستایی اشاره کرده است:

گام اول توجه به عوامل محیطی - انسانی بستر ساز و زمینه ساز که نقش عناصر پایه را داشته و متشکل از دو بعد شرایط محیطی (بعد زمینه ای)، ویژگی های فردی و جمعی کارآفرینانه انسانی (بعد رفتاری کارآفرین) است. گام دوم توجه به ساختار قانونی و نهادی است. در این گام توجه اساسی به آن داشته از سیاست ها و رویه هایی است که تسهیل کننده و مشوق کارآفرینی در مناطق با پتانسیل و ظرفیت گردشگری روستایی است و در برگیرنده تبعیت از قوانین، سیاست ها و حمایت های دولتی است. و گام سوم برآیند فعالیت کارآفرینانه گردشگری روستایی است که نشان دهنده کسب و کار، استارت آپ و خدمات شکل گرفته ناشی از کارآفرینی است. در این مرحله پیامد توسعه کارآفرینی گردشگری در محصولات و خدمات، نمود عینی پیدا می کند.

(یاسوری و وطنخواه کلورزی، ۱۳۹۴، به نقل خسروی پور و سرخی، ۱۴۰۲) بر اساس مطالعات پیشین و مبانی نظری پژوهش خود در یک مدل مفهومی تأثیر گردشگری را بر توسعه اقتصادی و کارآفرینی را در شکل شماره (۲) نشان داده است.



شکل ۲- مدل مفهومی تأثیر گردشگری بر توسعه اقتصادی، کارآفرینی و فرهنگی (مأخذ: یاسوری و وطنخواه کلورزی، ۱۳۹۴، به نقل خسروی پور و سرخی، ۱۴۰۲)

۹- نتیجه‌گیری

این مقاله تلاش داشته نقش گردشگری روستایی را در توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی بصورت مروری بررسی نماید. در سال های اخیر موضوع گردشگری در مناطق روستایی و ارتباط آن با کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته و برنامه ریزی و اولویت در گردشگری روستایی به سمت کارکرد های اقتصادی، فرهنگی و کارآفرینی جهت داشته است. گردشگری، نظامی مرکب از گردشگران و خدمات مرتبط با آنان است به نحوی که در تحرک و جابجایی آنان تسهیل شود با تأثیری که بر شرایط فرهنگی- اجتماعی، اقتصادی، زیر ساخت ها و اکولوژیکی دارد، از طریق افزایش انگیزه پیشرفت، تغییر نگرش ها، افزایش مشارکت و ارتقا روحیه ی خلاقیت و نوآوری محیط را در جهت ارتقا فرهنگی و اجتماعی آماده می سازد از طرفی یکی از ویژگی های مهم گردشگری توسعه ی کارآفرینی است. گردشگری روستایی می تواند نقش عمده ای در توانمند سازی، متنوع سازی اقتصادی، ایجاد اشتغال و درآمد، کاهش مهاجرت و بهبود زیرساخت ها در روستاها داشته باشد. بنابراین تلفیق مناسب و دقیق گردشگری و کارآفرینی، ضمن پاسخگویی به نیاز های روستائیان، موجب توسعه پایدار گردشگری روستایی می گردد.

۱۰- پیشنهادها

- برگزاری کارگاه و دوره های آموزشی برای کارآفرینان روستایی در راستای افزایش آگاهی و مهارت در مورد گردشگری
- برگزاری دوره های آموزشی متناسب با توانایی و دانش ساکنین روستا و شرایط منطقه در راستای آموزش مبانی کارآفرینی
- ارائه آموزش ها و مشاوره های لازم برای راه اندازی کسب و کار های مرتبط با گردشگری در منطقه و جذب گردشگران
- حمایت مالی و معنوی دولت و دستگاه های مرتبط اجرایی از کسب و کار های مرتبط با گردشگری و اعطای تسهیلات لازم با کارمزد حداقل و یا بلا عوض به کارآفرینان روستایی.

منابع

۱. اربابیان، شیرین؛ زمانی، زهرا؛ رحیمی، معصومه (۱۳۹۳)، «بررسی اثر گردشگری در توسعه کارآفرینی». مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۲، شماره ۱۰، صص ۱۴۶-۱۲۶
۲. اکبر پور، محمد؛ رحیمی، محسن؛ محمدی، فاضل (۱۳۹۰)، «سنجش تأثیرات گسترش گردشگری بر ابعاد توسعه پایدار مطالعه موردی: شهرستان هشتروند». فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، دوره ۱، شماره ۳، صص ۹۳-۱۰۴
۳. ایمنی قشلاق، سیاوش؛ خانی، فضلیه؛ هاشمی، سید سعید (۱۳۹۱)، «نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی(مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)». نشریه جغرافیا و توسعه ی ناحیه ای، دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۲۱۷-۲۳۸

۴. بساک، سعید؛ دین پرست، ساجده (۱۳۹۹)، «بررسی نقش گردشگری روستایی در توسعه اقتصادی روستا های هدف گردشگران (مطالعه موردی: روستا های دهقان مدرس، شهرستان شوشتر)». نشریه جغرافیا و روابط انسانی، دوره ۳، شماره ۱، صص ۲۶۹-۲۸۶
۵. پناد، عبد الصمد؛ فاضلی، مصطفی (۱۳۹۱)، «گردشگری روستایی راهبردی اساسی برای توسعه روستایی مورد: روستای تیس (ناحیه چابهار)». اولین همایش ملی توسعه سواحل مکران و اقتدار دریایی جمهوری اسلامی ایران، ۲۹ بهمن ماه، نیروی دریایی ارتش جمهوری اسلامی ایران، چابهار، صص ۱-۱۴
۶. حسینی نیا، غلامحسین؛ فلاحی، هادی (۱۳۹۶)، «عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی (مورد مطالعه: مناطق روستایی شهرستان منوجان)». فصلنامه پژوهش های روستایی، دوره ۸، شماره ۱، صص ۲۲-۳۵
۷. حمدی، کریم؛ وظیفه دوست، حسین؛ جعفر پور، احمد (۱۳۸۸)، «بررسی تأثیر توریسم تاریخی - فرهنگی بر توسعه پایدار شهری همدان». پژوهش نامه علوم اجتماعی آزاد گرمسیری، دوره ۳، شماره ۱، صص ۴۹-۷۰
۸. خسروی پور، بهمن؛ خسروی پور، الهام (۱۴۰۲)، «روابط گردشگری و جهانی شدن». دومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکار های مدیریت توسعه گردشگری پایدار، ۲۰ مهرماه، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، صص ۱-۱۰
۹. خسروی پور، بهمن؛ سرخی، علی (۱۴۰۲)، «کاوش اثرات گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستایی، اولین همایش ملی گردشگری خلاق، فرصت ها و چالش ها». ۲۷ اردیبهشت ماه، دانشگاه آزاد اسلامی علی آبادکتول، گلستان، صص ۱-۸
۱۰. دادورخانی، فضیله؛ رضوانی، محمدرضا؛ ایمنی قشلاق، سنجر؛ بوذرجمهری، خدیجه (۱۳۹۰)، «تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی های کارافرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)». پژوهش های جغرافیای انسانی، دوره ۴، شماره ۷۸، صص ۱۶۹-۱۹۵
۱۱. رحمانی، محمود (۱۳۸۶)، «آمایش سرزمین و توسعه پایدار روستایی با رویکرد گردشگری». فصلنامه جمعیت، دوره ۲، شماره ۶۱ و ۶۲، صص ۸۱-۸۹
۱۲. رستمی، فرحناز؛ احسانی فر، تهمینه (۱۳۹۷)، «پیش ران های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی». نشریه کارآفرینی در کشاورزی، دوره ۵، شماره ۲، صص ۷۱-۸۲
۱۳. رکن الدین افتخاری، عبدالرضا؛ پور طاهری، مهدی؛ فضلی، نفیسه (۱۳۹۳)، «تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی». مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۳، شماره ۸۰، صص ۸۷-۱۰۷
۱۴. سلیمی سبحان، محمدرضا؛ فیضی، مسلمان؛ یاپنگ غراوی، محمد (۱۳۹۷)، «تحلیل اثرات کارآفرینی بر توسعه پایدار گردشگری روستایی شهرستان اردبیل». فصلنامه اقتصاد و توسعه روستایی، دوره ۷، شماره ۴، صص ۳۶-۲۱
۱۵. شبیری، سید محمد؛ میبودی، حسین؛ حاجی حسینی، افسانه (۱۳۹۲)، «پیامدهای محیط زیستی گردشگران بر نواحی ساحلی دریایی مازندران از دیدگاه مردم و مسئولین». مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۲، شماره ۵، صص ۱۲۹-۱۴۵
۱۶. شریفی راد، زهرا؛ فاضل نیا، غریب؛ خداداد، علی (۱۳۹۳)، «جایگاه گردشگری روستایی در توسعه کار آفرینی». اولین همایش بین المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالش ها و چشم انداز ها، ۲۶ مهر ماه، پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی، مشهد، صص ۱-۹
۱۷. صداقتی، عاطفه؛ فغفوریان، مهسا (۱۳۹۰)، «برنامه ریزی راهبردی توسعه صنعت گردشگری راهی برای توسعه اقتصاد شهرها نمونه موردی شهر نیشابور». اولین کنفرانس اقتصاد شهری ایران، ۲-۳ آذر ماه، مشهد، صص ۱-۱۹
۱۸. طالب زاده، فاطمه (۱۳۹۰)، «کارآفرینی در ساختار سازمانی مناسب، عامل توسعه». قابل دسترس در: Ftalebzadeh.blogfa.com
۱۹. عباسی، محمد جواد؛ سجادی، ژیلا؛ عبدالهی، علی؛ رضویان، محمد تقی (۱۳۹۹)، «تبیین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در ایران». فصلنامه مطالعات گردشگری، دوره ۱۵، شماره ۵۲، صص ۱-۲۶
۲۰. علی احمدی، امید؛ مصطفوی، سید رضا؛ موسوی بازرگانی، سید جلال؛ زارع، بیژن؛ ملک پور، علی (۱۳۹۰)، «شهر و تکاپوی کارآفرینی (زمینه ها، موانع، راهکارها و فرصت های توسعه کارآفرینی)». مطالعات شهری، توسعه کارآفرینی، چاپ اول، تهران، انتشارات جامعه و فرهنگ
۲۱. علی میری، مصطفی (۱۳۹۱)، «آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، گرایش ها و چالش ها». فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۱، شماره ۱، صص ۲۰۷-۲۴۵

۲۲. فتوحی، مجید؛ حسینی نیا، غلامحسین؛ سجادی، سید مجتبی (۱۳۹۹)، «طراحی و تبیین الگوی توسعه کارآفرینی روستایی با ارائه یک راهبرد جدید بر اساس گردشگری کشاورزی: رویکرد داده بنیاد مطالعه موردی (روستاهای شاخص استان یزد)». فصلنامه نگرش های نو در جغرافیای انسانی، دوره ۱۳، شماره ۱، صص ۳۵۵-۳۸۰.
۲۳. فراهانی، بنفشه؛ بهاری، جعفر؛ شهلا، بهاری؛ بذله، مرجان (۱۳۹۷)، «بررسی عوامل موثر بر وفاداری گردشگران به مقاصد گردشگری (مطالعه موردی: گردشگران خارجی سفر کرده به شهر تبریز)». نشریه جغرافیا و برنامه ریزی، دوره ۲۲، شماره ۶۴، صص ۱۹-۳۳.
۲۴. رضوی نعمت اللهی، احمد (۱۳۸۴)، «مفاهیم و کلیات کارآفرینی». روزنامه همشهری، دوره ۱۳، شماره ۳۶۷۷.
۲۵. قاسم زاده، فاطمه؛ خسروی پور، بهمن (۱۴۰۱)، «توسعه پایدار و گردشگری ساحلی مکران (چالش ها و راهکار ها)». چهارمین همایش ملی توسعه سواحل مکران (با محبوبیت حکمرانی و تاکید بر دیپلماسی و اقتصاد دریا محور)، ۹ و ۱۰ اسفند ماه، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، صص ۱-۱۲.
۲۶. کیا کجوری، داود؛ خرمیان، مهسا (۱۳۹۱)، «نقش کارآفرینی در توسعه پایدار گردشگری در مناطق روستایی با تکیه بر کارآفرینی سازمانی». کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کار های دانش و بنیان، ۲۲ آبان ماه، مراکز سه گانه کارآفرینی، رشد واحدهای فن آوری، و ارتباط با صنعت (جامعه)، بابلسر، صص ۱-۱۹.
۲۷. گرچی، معصومه (۱۳۹۰)، «کارآفرینی گردشگری و تأثیر آن بر توسعه مقصد». سمینار تغییرات محیطی گردشگری و کاهش فقر، صص ۱-۱۴، قابل دسترس در سایت مرکز گردشگری علمی - فرهنگی دانشجویان ایران.
۲۸. ناهید، مجتبی (۱۳۸۸)، «چیستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه». نشریه بررسی های بازرگانی، دوره ۶ شماره ۳۴، صص ۳۹-۵۸.
29. Haobin Ye, B., Qiu Zhang, H., Huawen Shen, J., & Goh, C. (2014). Does social identity affect residents' attitude toward tourism development? An evidence from the relaxation of the Individual Visit Scheme. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(6). pp. 907-929.
30. Hisrich, R. & peters, M. (2005). *Entrepreneurship*: Newyork: Mc Groow Hill.
31. Hodgett, R. M., & Kuratko, D. F. (2007). *Entrepreneurship: theory, process, practice. Language*, 33(757p), 28cm.
32. Li, L. (2008). "A review of entrepreneurship research published in the hospitality and tourism management journals." *Tourism management* 29.5 .pp. 1013-1022.