



عوامل مؤثر در ارتقاء کارآفرینی گردشگری در مناطق روستایی با تأکید بر حفظ محیط زیست (مطالعه‌ی موردی: روستاهای استان آذربایجان شرقی)

محدثه حاتمی شاه خالی^۱، آئی تک داوری^۲

۱- دانش آموخته دوره دکتری، جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران
۲- دانشجوی دکتری، جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران

چکیده

می‌توان گفت مانند دیگر فعالیت‌های خودجوش بشر، کارآفرینی که منجر به ارتقاء کیفیت زندگی و بهزیستی شود، از اهمیت بالایی برخوردار است. در مسیر توسعه و ارتقاء سطح کارآفرینی عوامل اثرگذاری نقش دارند ضمن اینکه در مقابل این عوامل موانع و چالش‌هایی نیز پیش روی کارآفرینان وجود دارد. هدف از انجام این پژوهش شناسایی این عوامل و مطالعه عناصر اثرگذار می‌باشد. این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی است و می‌توان از نتایج تحقیق در مناطق دیگر نیز بهره برد و به لحاظ روش انجام کار، توصیفی-تحلیلی است. در این پژوهش جهت استخراج داده‌های پرسشنامه‌ها از نرم افزار SPSS بهره گرفته شده است و برای آزمون فرضیه‌ها از روش تک نمونه‌ای استفاده شده است. پژوهش حاکی از این مطلب است که رابطه معناداری بین عوامل نهادی و سازمانی، عوامل اقتصادی، عوامل مدیریتی، عوامل اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی و ارتقاء سطح کارآفرینی در روستاهای مورد مطالعه وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: ارتقاء کارآفرینی، گردشگری، مناطق روستایی، محیط زیست، استان آذربایجان شرقی



Effective factors on the promotion of tourism entrepreneurship in rural areas with emphasis on environmental protection (Case study: Villages of east Azerbaijan province)

Mohadese Hatami shah khali^{1*}, Itak Davari²

1- PhD in Geography and Rural Planning, Department of Geography and Rural Planning, Islamic Azad University, Mashhad Branch, Mashhad, Iran

2- PhD student in Geography and Rural Planning, Department of Geography, Islamic Azad University, Research and Sciences Branch, Tehran, Iran

Abstract

It can be said that like other spontaneous human activities, entrepreneurship that leads to improving the quality of life and well-being is of great importance. Influential factors play a role in the development and promotion of entrepreneurship, while there are obstacles and challenges for entrepreneurs. The purpose of this study is to identify these factors and study the effective elements. This research is practical in terms of purpose and the results of research can be used in other areas and it is descriptive-analytical in terms of the working method. In this research, SPSS software has been used to extract the questionnaire data and a one-sample method has been used to test the hypotheses. The research indicates that there is a significant relationship between institutional and organizational factors, economic factors, managerial factors, social, environmental and cultural factors and promotion the level of entrepreneurship in the studied villages.

Keywords: Entrepreneurship promotion, Tourism, Rural areas, Environment, East Azerbaijan province

* Corresponding author E-mail address: mahdishatami1359@gmail.com

مقدمه

افراد به دلایل شخصی و کاملاً متفاوت از یکدیگر کارآفرینی می‌کنند. از موارد مهم کیفیت زندگی مسائل مربوط به رضایتمندی‌ها می‌باشد، کارآفرینی می‌تواند رضایت شخصی و رضایت اجتماعی را به همراه بیاورد. حتی در جوامعی که برخی موانع سیاسی یا اجتماعی و حتی طبیعی وجود داشته باشد، رضایت مندی از اشتغال می‌تواند موانع را از مسیر بردارد (Wiklund et al, 2019: 580). در رابطه با گردشگری در برنامه‌های دوم و سوم توسعه کشور هر چند گردشگری به هیچ صورتی در این برنامه‌ها انعکاس نیافته است و همانند سایر مسایل روستایی به فراموشی سپرده شده است، حتی در لایحه برنامه چهارم و پنجم توسعه و نیز در افق چشم انداز توسعه ۲۰ ساله کشور نیز گردشگری روستایی به طور مشخص مورد توجه قرار نگرفته است. امروزه توجه به جایگاه صنعت گردشگری در توسعه روستایی از آن جهت اهمیت دارد که می‌تون با بهره گیری از منابع طبیعی و انسانی، علاوه بر امکان رشد اقتصادی، به ترویج بخش کشاورزی و تولید صنایع دستی محلی پرداخت و گامی در مسیر بهبود شرایط زیست محیطی و پاسداشت موارث فرهنگی بومی و آداب و رسوم محلی در روستاها برداشت. با وجود مسائل و مشکلات مبتلا به روستاها مانند نبود اشتغال و درآمد کافی، وابسته بودن اشتغال روستایی به کشاورزی و عدم تنوع شغلی و نبود مهارت و سرمایه لازم، انجام چنین تحقیقاتی علاوه بر توسعه مبانی و منابع علمی مربوط، به رفع مشکلات مذکور و توسعه اقتصادی روستاها، بخصوص آنانکه دارای پتانسیل‌های گردشگری در ابعاد مختلف می‌باشند کمک می‌کند. در غیر این صورت جمعیت و فضای روستاها متضرر می‌شود و این امر سبب شکاف اقتصادی بیشتر شهر و روستا و نتایج آن همچون مهاجرت گسترده روستاییان می‌شود که این امر لزوم و ضرورت پژوهش پیش روی را نشان می‌دهد.

پیشینه پژوهش

عناستانی و همکاران (۱۳۹۱)، آثار اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست محیطی توسعه گردشگری سکونتگاههای روستایی از دیدگاه گردشگران را در مقاله ای با این عنوان بررسی نمودند. نتایج نشان دهنده آن است که توسعه گردشگری تغییرات مثبتی را در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست محیطی در منطقه فراهم نموده است و زمینه‌های لازم برای جذب سرمایه گذاری خصوصی، جلوگیری از تخریب محیط زیست، بهسازی و ارتقای سیمای روستایی و هماهنگی نمای گذرگاههای روستایی، تخصیص سرمایه دولتی به توسعه امکانات و تسهیلات گردشگری فراهم آورده است. دادورخانی و محمدزاده لاریجانی (۱۳۹۲)، در مقاله ای با عنوان ارزیابی پیامدهای اقتصادی و اجتماعی گردشگری خانه‌های دوم، در روستاهای بخش بند پی شهرستان بابل، آثار و پیامدهای گردشگری روستایی را بررسی کردند و نتایج پژوهش وی حاکی از این است که گردشگری آثار مثبت و منفی مختلفی در ابعاد اقتصادی و اجتماعی منطقه بجا گذاشته است. مهمترین آنها با توجه به دیدگاه کمی پرسش شوندگان به ترتیب در بعد اقتصادی، افزایش مشاغل فصلی مرتبط با گردشگری و در بعد اجتماعی، افزایش امکانات محلی و افزایش رفتارهای ضد اجتماعی و متضاد با فرهنگ بومی بوده است. زرافشانی و همکاران (۱۳۹۲)، در مقاله ای تحت عنوان بررسی اثرات توسعه گردشگری در ارتقاء شاخص‌های اقتصادی-اجتماعی نواحی روستایی، شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی را مورد مطالعه قرار دادند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه دارای چهار پیامد عمده درآمدزایی، ایجاد مشکلات زیست محیطی، توسعه فرهنگی و کاهش سرمایه اجتماعی بوده است که با بکارگیری نتایج این مطالعه می‌توان اثرات مثبت گردشگری را تقویت و پیامدهای منفی آن را کاهش داد. رکن الدین افتخاری و همکاران (۱۳۹۳)، در مقاله ای با عنوان تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، به مطالعه و شناسایی عوامل مؤثر در کارآفرینی پرداختند. ایشان در مطالعات خود به شناسایی و ارائه موثرترین عوامل در توسعه کارآفرینی در مناطق روستا پرداخته اند که بر اساس نتایج حاصل از این تحقیق عامل اقتصادی در این زمینه دارای بیشترین تاثیر بوده است. قنبری و همکاران (۱۳۹۴)، به بررسی عوامل توسعه دهنده کارآفرینی پرداختند، عنوان مقاله ایشان عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در گردشگری روستایی می‌باشد در این مطالعه نشان دادند که عوامل مرتبط با نقاط قوت، توسعه کارآفرینی در گردشگری روستاهای مورد مطالعه بالاترین رتبه را داشته‌اند. همچنین، استقرار منطقه بر سر راه مواصلاتی کشور در میان نقاط قوت، قرار گرفت فرهنگ ضعیف کارآفرینی در میان ساکنین منطقه و قصور و کوتاهی مسئولین دست اندرکار در میان نقاط ضعف، وجود راه‌های متنوع تری برای کسب درآمد در میان فرصت‌ها و تخریب آثار و ابنیه تاریخی و تغییر کاربری اراضی و چشم انداز روستا در میان تهدیدها حائز بیشترین اهمیت شناخته شدند.

بورک تونالی و سندر (۲۰۱۹)، در مقاله ای با عنوان عوامل تعیین کننده کارآفرینی در ترکیه به تحلیل عوامل جنسیتی پرداخته نتایج تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد که جوان و مرد بودن تأثیر مثبتی بر کارآفرینی در ترکیه دارد. علاوه بر این، در حالی که سطوح بالاتر درآمد

احتمال کارآفرین بودن را افزایش می‌دهد، آموزش در سطح عالی این احتمال را کاهش می‌دهد. ترس از شکست بر شروع کار جدید تأثیر منفی می‌گذارد و شروع یک کسب و کار جدید به عنوان یک انتخاب شغلی مطلوب و دیدن موفقیت در شروع آن دارای ارزش بالایی می‌باشد. تلکن و جونگ (۲۰۲۰)، در مقاله ای با عنوان تأثیر ارزش‌ها و جهت گیری آینده در شکل گیری کارآفرینی پایدار، نشان می‌دهد که مشاغل آموزشی و دیگر مشاغل می‌توانند اهداف کارآفرینی پایدار را از طریق استراتژی‌های فعال سازی ارزش برای افزایش تمایل به کارآفرینی تحریک کنند. علاوه بر این توصیه می‌شود که به عنوان یک سیاست، برنامه‌های دولتی باید به تقویت هنجارهای ذهنی به عنوان راهی متفاوت برای تحریک شکل گیری کارآفرینی‌ها کمک نمایند.

مبانی نظری

جهت دستیابی به مزیت‌های رقابتی و توسعه ی پایدار مناطق، کارآفرینی می‌تواند به عنوان عنصر محرک ظرفیت‌های اقتصادی مناطق سبب تحولات بزرگی در سکونتگاهها شود. بنابراین جهت تحولات اقتصادی در یک منطقه با دو سؤال اساسی مواجه هستیم یکی اینکه چه عواملی در ایجاد کارآفرینی موانع محسوب می‌شوند؟ دیگر اینکه چه مناطقی جهت توسعه کارآفرینی و نوآوری در قالب اشتغالزایی از پتانسیل‌های مناسبی برخوردارند؟ (Talmaciu, 2012: 917). کارآفرینی فرایندی است که با آن بتوان با استفاده از خلاقیت، عنصر جدیدی را همراه با ارزش جدید، با بهره گیری از زمان، منابع، ریسک و به کار گیری دیگر عوامل، به وجود آورد. کارآفرینی فعالیت هدفمندی است که برخی تصمیمات منسجم فردی یا گروهی از افراد را برای ایجاد، توسعه یا حفظ واحد اقتصادی در بر میگیرد. کارآفرینی دارای ابعاد مختلفی است که مطالعات انجام شده در این زمینه مهم ترین این ابعاد را ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و روان شناختی می‌دانند (غنیان و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۰۱).

کارآفرینی روستایی

کارآفرینی یکی از عوامل اصلی تولید است و از این رو در تعیین سطح تولید و اشتغال نقش اساسی دارد. همراه با روند جهانی شدن، کارآفرینی به یک عامل تعیین کننده مهم در رشد و توسعه اقتصادی تبدیل شده است. بنابراین، ایجاد محرک‌های کارآفرینی در تعیین سیاست‌های لازم برای افزایش سطح رشد اقتصادی و توسعه یک کشور بسیار مهم است (Borke Tunali & Sener, 2019: 648). کارآفرینی معمولاً به عنوان یک رفتار برنامه ریزی شده عمدی درک می‌شود. کارآفرینان فقط به محرک‌های بیرونی یا کاتالیزورها واکنش نشان نمی‌دهند، بلکه در هنگام راه اندازی بنگاه‌ها، فرآیندهای برنامه ریزی شده ای را به طور عمدی دنبال می‌کنند. اکثر کارآفرینان ارزش‌های خود تعالی یعنی نوع دوستی و دوستدار محیط زیست بودن و همچنین خود افزایشی یعنی رفتارهای خودخواهانه و لذت جویانه را از خود بروز می‌دهند (Thelken & Jong, 2020, 2). همچنین با ایجاد تنوع به فعالیت‌های اقتصادی در مناطق روستایی مانع از خروج نسل‌ها شده، به ویژه بیشتر ظرفیت خود را به ایجاد رابطه ی قوی و هم افزایشی در تولید مواد غذایی و کشاورزی، ترویج نشاط روستایی و تقویت ظرفیت تولید در سطح ملی می‌کند (Gianakis, 2015: 502).

کارآفرینی در یک منطقه روی درآمد و اقتصاد خانوارهای ساکنین تأثیر مستقیم دارد. کارآفرینی ممکن است حتی به عنوان نوعی دارو برای ساکنین جهت دستیابی به کار و رفاه زندگی عمل کند (Kirkwood & Tootell, 2008: 285, 290). محیط روستایی شامل فرصت‌های کارآفرینی و محدودیت‌های کارآفرینی است. مناطق روستایی که منابع طبیعی در آنها فراوان است در زمینه توسعه منابع فعالیت بیشتری دارند. مناظر طبیعی و آداب و رسوم محلی در مناطق روستایی می‌تواند باعث توسعه روستایی شود و فعالیت‌های مربوط به کارآفرینی کشاورزان محلی را به همراه داشته باشد (Yuan et al, 2017: 746). بافت‌های روستایی به دلیل پیوندهای گسترده با بسترهای طبیعی و تاریخی دارای ارزش‌های تاریخی، فرهنگی، طبیعی و معمارانه می‌باشد ضمن اینکه به عنوان جزئی از میراث زنده ی بشری و سرمایه ی ملی و هویت تاریخی- فرهنگی سرزمین، حفظ و نگهداری از آنها دارای اهمیت قابل توجهی است (قهرمانی، ۱۳۹۱: ۶۶). بنابراین کارآفرین روستایی کسی است که در مناطق روستایی زندگی کرده و در ایجاد ثروت‌های محلی کمک و مشارکت دارد. کارآفرینان روستایی می‌توانند، تمرکز خود را بر روی فعالیت‌هایی قرار دهند که به استفاده از منابع طبیعی مرتبط است از جمله کشاورزی و گردشگری. به این ترتیب کارآفرین روستایی باید توانایی انطباق با هرگونه تغییر محیط و در پی آن تغییر جو اجتماعی- اقتصادی را داشته باشد زیرا کسب و کارهای جدید ممکن است به افزایش ریسک‌های زیست محیطی بیانجامد (محمدی یگانه و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۹۶).

اقتصاد روستایی

در شرایط اقتصادی کنونی جهان که با روند رو به جهانی شدن جوامع روبروست، به نظر اکثر نظریه پردازان، توسعه ی اقتصادی و دستیابی به اقتصاد پایدار در گرو اهمیت عوامل کلیدی می باشد که متضمن رشد و توسعه ی اقتصادی منطقه هستند. این پایداری به وسیله نوآوری و تولید دانش جدید، کارآفرینی و ارتقاء فناوری های پیشرو به وجود خواهد آمد (Talmaciu, 2012: 917). کاهش توانایی کشاورزی برای تولید درآمد کافی باعث شده است که بسیاری از کشاورزان مجبور به فروش مزارع خود شوند و در جاهای دیگر به دنبال شغل و درآمد بگردند و یا به دنبال راهبردهای اقتصادی جایگزین و منابع درآمدی جدید و تنوع بخشیدن به اقتصاد محلی برای حفظ مزارع خود باشند این راهبردها می تواند شامل گسترش اندازه مزارع، تولید تخصصی، اشتغال غیرکشاورزی و یا متنوع سازی مزارع از طریق کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای روستایی و کشاورزی باشد (کریمی، ۱۳۹۳: ۷۰). گردشگری روستایی یک راه مناسب برای احیای جامعه روستایی است که از طریق تنوع بخشیدن به منابع درآمد روستاییان منجر به کاهش بی ثباتی در کسب درآمد می شود و بدین ترتیب سبب توسعه درون زای روستایی از طریق فعال شدن خانوارهای کشاورز در بخش غیرکشاورزی خواهد شد. همچنین مشارکت روستایی نشان از وابستگی عمیق به حمایت های دولت دارد. بنابراین دولت باید برنامه چشم انداز بلندمدت برای کشاورزی پایدار و توسعه روستایی در جهت تقویت رابطه بین روستا و مناطق شهری برای به جریان افتادن سرمایه های شهری به مناطق روستایی تهیه کند. این امر باعث تداوم مشارکت کشاورزان در برنامه است (Hwang & lee, 2015: 501). گردشگری به طور سنتی دارای ویژگی های مثبت و منفی است، به عبارت دیگر هر دو ویژگی حمایتی و بازدارنده از نظر اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی را دارد (Istanbul et al, 2015: 414).

بی شک، روند توسعه ی اقتصادی در کشورهای توسعه یافته، بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است، بگونه ای که کارآفرینان در توسعه ی اقتصادی کشورهای توسعه یافته، نقش محوری داشته اند و کشورهای توسعه نیافته اهمیت آن را در توسعه اقتصادی نادیده گرفته اند (خانی جزنی، ۱۳۸۷: ۴۵).

کارآفرینی و عوامل ظرفیتی تأثیرگذار

در جهانی که در آن فناوری به سرعت در حال پیشرفت است، توجه به تغییر ارزش های فردی، تغییر ماهیت سازمانها و تغییر فضای بازار بسیار حائز اهمیت است. در این میان بسیاری از افراد غیر متخصص مستقیماً تحت تأثیر روندهای تکنولوژیکی قرار می گیرند و ممکن است به سمت خوداشتغالی گرایش پیدا کنند. یعنی کارآفرینی می تواند زمانی به وجود آید که فشار فزاینده ای از نظر کمبود زمینه جذب افراد در شغل های نهادی وجود داشته باشد و یا سایر گزینه های اشتغال برای افراد وجود نداشته باشد (Wiklund et al, 2019: 583). عوامل مؤثر زیادی در کارآفرینی روستایی دارای اهمیت است. تحقیقات نشان داده است که میزان تحصیلات و تجربیات قبلی و تحصیلات و آموزش حرفه ای تأثیر مهمی در کارآفرینی روستایی دارد. سرمایه انسانی برای موفقیت روستاییان در کارآفرینی بسیار مهم است. آموزش رسمی، آموزش کار و تجربه مدیریتی نقش اساسی را در موفقیت کارآفرینی ایفا می کند. کارآفرینان روستایی که دارای تحصیلات عالی و تجربه در کسب و کار هستند و همچنین آنهایی که دارای استعداد و توانایی مدیریت بیشتری می باشند، می توانند حمایت مالی بیشتری از سازمانها برای دستیابی به ایجاد و توسعه کسب و کار خود به دست آورند (yuan et al, 2017: 745). گریلو و توریگ با استفاده از داده های نظرسنجی ۲۰۰۴، عوامل مؤثر در کارآفرینی پنهان و واقعی را در ۱۵ کشور اتحادیه اروپا و ایالات متحده بررسی می کنند. در حالی که کارآفرینی پنهان با ترجیحات مربوط به خود اشتغالی سنجیده می شود، کارآفرینی واقعی با خود اشتغالی واقعی در تحلیل تجربی نشان داده می شود. با توجه به نتایج تجزیه و تحلیل تجربی، آنها استدلال می کنند که پیچیدگی های اداری بر کارآفرینی واقعی و پنهان تأثیرات منفی دارد. علاوه بر این، نتایج نشان می دهد که اثرات خاص هر کشور تعیین کننده قابل توجهی از کارآفرینی واقعی و پنهان است. نویسندگان متغیرهای ادراکی مانند آگاهی از فرصتها، ترس از شکست و اطمینان به مهارت های خود را همراه با ویژگی های جمعیت شناختی و اقتصادی در نظر می گیرند. با توجه به نتایج تجزیه و تحلیل تجربی، آرنیوس و مینیتی نیز اظهار داشتند که متغیرهای ادراکی تأثیر قابل توجهی در کارآفرین شدن دارند. عوامل مرتبط با کارآفرینی، ویژگی های شرکت تازه تأسیس و محیط جغرافیایی از نظر آماری تعیین کننده کارآفرینی هستند (Borke Tunali, Sender, 2019: 649).

عوامل اقتصادی

کارآفرینی از نظر اقتصادی فرصت های شگرفی را برای جوامع محلی به لحاظ حمایت از اشتغالزایی فراهم می کند. اما نباید به آن به عنوان یک ناجی یا الگوی توسعه اقتصادی مناطق نگاه کرد زیرا کارآفرینان باید خلاق باشند تا بتوانند راه حل های مناسب برای تأمین مالی

فعالیت‌های مختلف از طریق حمایت‌گرهای مالی و کمک‌های مالی بیابند (Razvan Surugiu & Surugiu, 2015: 75). به دلیل دولتی بودن اقتصاد ایران، دولت به عنوان کارفرما از یک سو باید فرصت‌های تازه ای برای اشتغال ایجاد کند و از سوی دیگر با نظارت بر فعالیت بازار و رفع نواقص آن، شرایط مورد نیاز بازار برای توسعه، ارتقای کارایی و ایجاد فرصت‌های شغلی را فراهم کند. از این رو، برای برطرف ساختن موانع اقتصادی کارآفرینی، تغییر نگرش ساختاری در افراد و نهادهای مرتبط کارآفرینی، محیط‌های روستایی و منابع و فرصت‌های موجود در این مناطق، یکی از راهکارهای اساسی است. برطرف کردن محدودیت‌های سرمایه گذاری، استفاده از اعتبارات خرد، ماشینی کردن کشاورزی، بیمه محصولات و خدمات روستایی مانند گردشگری از جمله موانع اقتصادی کارآفرینی در مناطق روستایی به شمار می‌رود (یاسوری، ۱۳۹۴: ۲۰۴).

نهادی و سازمانی

مداخلات سیاسی درباره ی کارآفرینی باید با احتیاط صورت گیرد تا از ایجاد ناسازگاری نهادی جلوگیری به عمل آورد. اگرچه بازارهای غیر رسمی درصد قابل توجهی از فعالیت‌های تجاری را در سراسر جهان تشکیل می‌دهند، اما اثرات آن بر کارآفرینی را نمی‌توان نادیده گرفت. دولت‌ها معمولاً سعی دارند نهادهای نظارتی خود را روی فعالیت‌های غیر رسمی تجاری گسیل کنند. دولت‌ها می‌توانند با اجرای سیاست‌های خرد اقتصادی، موانع بهره وری از کارآفرینی‌های منطقه ای را به حداقل برسانند و در نتیجه موقعیت بهتری را برای تحولات ساختاری، رشد اقتصادی و حتی تغییرات مثبت فن آوری فراهم آورند. فرصت‌های کارآفرینی زمانی به وجود می‌آیند که کارآفرینان گزینه‌های دیگری نیز دارند که به وسیله آنها می‌توانند یک فرصت تجاری را دنبال کنند. بنابراین یک رقابت در گزینه‌های موجود به وجود می‌آید (Fredstrom et al, 2020: 5). یکی از پیش نیازهای خوداشتغالی و کارآفرینی در کشور، تدوین یک چارچوب مشخص سیاست گذاری و حمایت‌های دولتی در این زمینه است. نداشتن سیاست معین و شفاف کارآفرینی و خوداشتغالی از طرفی توسعه ی این بخش را با مشکل مواجه کرده و از طرف دیگر، بهره وری در کسب و کارهای خوداشتغال و بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط موجود را کاهش می‌دهد. بنابراین توجه و تمرکز بر افرادی که انگیزه، سرمایه و مهارت لازم برای شروع کسب و کاری را دارند و دخالت دولت‌ها در تحریک و ایجاد فضای مناسب کارآفرینی برای این گروه بسیار ضروری است (دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۷۷).

عوامل فرهنگی

یکی از اصلی ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی در هر جامعه ای، فرهنگ حاکم بر آن جامعه است. فرهنگی که برای افراد کارآفرین ارزش قائل است، افراد زیادی را به کارآفرینی تشویق می‌کند. در رابطه با فرهنگ کارآفرینانه، جوامع می‌توانند سیاست‌هایی را ایجاد کنند تا رفتار کارآفرینانه را تشویق کنند. رابطه قوی میان فرهنگ مردم و تمایل به کارآفرینی وجود دارد. برای شناسایی و درک پایه‌های اجتماعی یا فرهنگی یک اجتماع یا منطقه ی خاص (جامعه روستایی) می‌توان یک نقطه آغاز مناسبی برای توسعه اقتصاد و ایجاد جامعه کارآفرینانه فراهم کرد (دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۷۷).

عوامل اجتماعی

کارآفرینی، ایجاد تأثیر اجتماعی از طریق توسعه و اجرای یک مدل تجاری پایدار است که از راه حل‌های نوآورانه ای که به نفع محرومین و در نهایت کل جامعه باشد، بهره مند می‌شود. تأثیرات اجتماعی باید جامعه را درگیر نماید و منجر به پیشرفت شود. بر این اساس، کارآفرینان اجتماعی از نظر شکل دهی به ارزش اجتماعی در جامعه و ایجاد ارزش اجتماعی در یک سیستم پیچیده انسانی نقش دارند که اهداف مختلفی را از طریق ایجاد ارزش‌های اجتماعی دنبال می‌کند از جمله: کاهش میزان فقر، بهبود مراقبت‌های بهداشتی و... در صورتی یک سرمایه گذاری برای کارآفرینی اجتماعی است که منجر به تغییر سیستم شود، خلاقیت داشته باشد، قابل تکرار باشد، منجر به توانمند سازی بهره وران شود، تأثیران اجتماعی را مقیاس بندی نماید، قابل اندازه گیری باشد و در نهایت پایداری داشته باشد (M situmorang & Rasfaldini Mirzanti, 2012: 399). احیای رشد اقتصادی مناطق به حاشیه رانده شده موجب تحرک بازسازی اجتماعی و بهبود شرایط زندگی در جوامع روستایی می‌شود. خوشه بندی فعالیت‌ها و توسعه مسیرهای کارآفرینی، باعث تحرک همکاری و مشارکت بین مناطق محلی شده است. مشارکت معنی دار جامعه محلی همراه با پشتیبانی بخش عمومی، فرصت‌هایی را برای توسعه بومی پروژه‌های کارآفرینی مرتبط با گردشگری در مناطق کمتر توسعه یافته ارائه می‌دهد (Ariedenhann & Wickens, 2004: 71).

علاوه بر اهمیت روزافزون کارآفرینی از جنبه اقتصادی، سایر جنبه‌های فعالیت‌های کارآفرینی مانند کارآفرینی اجتماعی نیز در چند سال اخیر مورد توجه و تأکید قرار گرفته است. با وجود این، تحولات مفهومی کارآفرینی محدود به ابعاد اقتصادی و اجتماعی فعالیت‌های کارآفرینانه نیست و در سال‌های اخیر مطابق توافق اکثریت اندیشمندان توسعه درباره نظریه پایدار، در فعالیت‌های کارآفرینانه بعد جدیدی از کارآفرینی به نام کارآفرینی زیست محیطی نیز مطرح شده است که ارتباط تنگاتنگی با محیط زیست دارد (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۱).

عوامل زیست محیطی

مدت‌هاست که شرایط محیطی و جغرافیایی، نتیجه مستقیم روی رفاه و کیفیت زندگی افراد می‌گذارد در واقع می‌توان گفت موقعیت جغرافیایی و شرایط محیطی کلید نوآوری در اشتغالزایی هستند. طبق مطالعات بسیاری که در انگلستان انجام شده و نظرسنجی‌های به عمل آمده مشخص شده که روستا- شهرها و روستاها مساعده‌ترین شرایط را برای کارآفرینی دارند (Wiklund et al, 2019: 585). کارآفرینی اکوتوریستی نیز در مناطق روستایی زیرمجموعه‌ای از جغرافیای اقتصادی نوین کاربردی است که دربرگیرنده ویژگی‌های مکانی فضایی می‌باشد (تولایی، ۱۳۸۵: ۱۴). امروزه بسیاری از مناطق روستایی در اروپا با کاهش شغل در کشاورزی، به مناطق تفریحی و گردشگری تبدیل می‌شوند، که اهمیت روزافزونی را برای حفظ ارزشهای طبیعی قائل هستند (Pilving et al, 2019: 220). در مناطق مختلف اروپا گردشگری طبیعت (NBT) از بخش‌های مهم اقتصادی و رو به رشد در صنعت توریسم می‌باشد. برخی از کارآفرینان به طور عمده در خدمات خود از اراضی عمومی استفاده می‌کنند اما در برخی مناطق کسب و کارهای مرتبط با خدمات رسانی در زمینه طبیعت گردی از اراضی و جنگل‌های خصوصی استفاده می‌کنند. این نوع کارآفرینی بر اساس جاذبه‌های طبیعت و فعالیت‌ها و تجارب در ارتباط با محی طبیعی بنا نهاده شده است و وابستگی زیادی به طبیعت دارد. در کشورهای اسکاندیناوی دسترسی آزاد به همه ی مناطق طبیعت امری است طبیعی و این حق برای همه افراد وجود دارد (Mantymaa et al, 2019: 1). توجه به منابع روستایی به عنوان سرمایه نواحی روستایی است، که منجر به تشخیص فعالیت‌هایی می‌شود که به این موجودی سرمایه، آسیب می‌رسانند، مانند گردشگری روستایی با مدیریت ضعیف، که مشارکت مؤثری در توسعه ی پایدار اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی ندارد (رضوانی، ۱۳۸۷: ۵۸) علاوه بر این گردشگری در سطح محلی برای صاحبان تجارت با سرمایه ی اندک، رشد اقتصادی نظام مندی فراهم می‌کند و جایگزین بالقوه ای برای فعالیت‌های سنتی در روستا و کارگران محلی ارائه می‌دهد. فعالیت‌های گردشگری روستایی اصولاً از نوع بنگاه‌های اقتصادی کوچک است و این مقدمه ای برای انواع نوآوری‌ها می‌باشد (رحمانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۶۶).

توسعه روستایی

مفهوم توسعه روستایی، خصوصاً در مورد اهمیت نسبی بعد بخشی، مورد بحث دائمی است. توسعه روستایی به عنوان یک فعالیت اصلی کالبدی دیده می‌شود، که در آن توسعه کشاورزی نقش مهمی دارد. این نه تنها شامل توسعه اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی آن سرزمین‌ها است بلکه همچنین توسعه اداره خوب در این مناطق را شامل می‌شود. مفهوم توسعه روستایی شامل کلیه اقدامات با هدف بهبود کیفیت زندگی مردم ساکن مناطق روستایی برای حفظ منظر طبیعی و فرهنگی و اطمینان از توسعه پایدار مناطق روستایی با توجه به شرایط خاص آن می‌باشد. برنامه توسعه روستایی بسته به شرایط و نیازها می‌تواند شامل موارد زیر باشد: توسعه زیرساخت‌ها، کشاورزی، جهانگردی، شرکت‌های کوچک و متوسط و ایجاد مشاغل و همچنین ایده‌هایی در مورد حفاظت از محیط زیست، آموزش و توسعه جامعه می‌باشد (Harpa et al, 2016: 1100). رفع مشکلات و چالش‌های جامعه روستایی در گرو توسعه ی کلیه ی شاخص‌ها و ابعاد مرتبط با امور زندگی روستاییان است که در اصطلاح توسعه ی روستایی خلاصه می‌شود. دستاورد نهایی توسعه عبارت است از رها شدن انسانها از چنگال فقر غذایی، فقر علمی، فقر فرهنگی، فقر سیاسی و فقر زیست محیطی (عسگری و همکاران، ۱۳۹۷: ۹۲).

قلمرو جغرافیایی

منطقه مورد مطالعه استان آذربایجان شرقی و سکونتگاه‌های روستایی آن می‌باشند. استان آذربایجان شرقی بین مختصات جغرافیایی مدارهای ۴۵°، ۳۶' تا ۳۹°، ۲۶' شمالی و نصف النهارات ۴۵°، ۲۲' تا ۴۸°، ۲۲' شرقی قرار دارد و مساحت آن در حدود ۴۵۴۹۰/۸۸ کیلومتر مربع می‌باشد و ۲/۷۶ درصد از مساحت کل کشور را به خود اختصاص داده است (شناسنامه آبادیهای استان آذربایجان شرقی، ۱۳۹۵: ۱۰). استان آذربایجان شرقی از شمال به جمهوری آذربایجان و ارمنستان، از شرق به استان اردبیل و از جنوب شرقی به استان زنجان و از غرب و جنوب غربی به استان آذربایجان غربی محدود است. در سال ۱۳۹۵ از نظر تقسیمات کشوری، این استان دارای ۲۰ شهرستان، ۴۴

بخش، ۱۴۲ دهستان، ۶۲ شهر و ۳۰۷۶ آبادی می‌باشد. طبق آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن (۱۳۹۵) جمعیت استان ۳۹۰۹۶۵۲ نفر بوده است و شهرستان تبریز پرجمعیت ترین شهر آن با جمعیت ۱۷۷۳۰۳۳ نفر می‌باشد (بررسی تطبیقی شهرستان‌های استان آذربایجان شرقی، ۱۳۹۶: ۱۸).

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی - توسعه ای است و از بعد ماهیت، تحلیلی- توصیفی، استنباطی است که از داده‌های کیفی و کمی برخوردار می‌باشد و لذا در کنار روش‌های توصیفی و تحلیلی (کیفی) تلاش می‌شود تا به کمک روش‌های کمی (پرسشنامه) موضوع این پژوهش و فرضیه‌های ارائه شده در آن مورد بررسی و استنباط قرار گیرند.

در پژوهش حاضر جامعه ی آماری شامل روستاهای گردشگری پذیر استان آذربایجان شرقی بوده که به منظور انتخاب روستاهای نمونه واجد شرایط عنوان تحقیق از نظر کارشناسان استفاده شد. بر اساس نظریات کارشناسان ۵۴ روستا به عنوان روستاهای گردشگری پذیر معرفی شدند و طبق چک لیستی که به کارشناسان ارائه شد میزان برخورداری روستاها از بستر کارآفرینی سنجش شد سپس با مطالعات صورت گرفته از این نظرسنجی اولیه، در این زمینه ۱۰ روستا (عنصرود، کندوان، قدمگاه (بادامیار)، اشتبین، کردشت، شیخ ولی، قره قیه، زنوزق، استمال و گل آخور) نسبت به بقیه بیشترین فراوانی را در معرفی داشتند که به عنوان روستاهای نمونه انتخاب شدند. به این ترتیب که ۱۰ روستای مورد مطالعه طبق آمار و سرشماری سال ۱۳۹۵، دارای ۲۰۹۹ خانوار ساکن بودند که ۳۲۵ سرپرست خانوار برای پاسخدهی به پرسشنامه‌ها به روش تصادفی انتخاب شدند.

بحث و یافته‌های پژوهش

در بررسی‌های تحلیلی پژوهش از آزمون تی یک نمونه ای استفاده شده است. ستون Sig میزان معنی داری را نشان می‌دهد و احتمال به دست آوردن سطح معنی داری را در آزمون مشخص می‌نماید. ستون آخر بیشترین و کمترین حد اطمینان را نشان می‌دهد، که اگر دارای عدد صفر باشد به این معنی است که تفاوتی در میانگین‌های نمونه و جامعه وجود ندارد اما اگر هر دو عدد منفی بودند به معنی کم بودن میانگین نمونه از جامعه می‌باشد و اگر هر دو مثبت بودند یعنی میانگین نمونه از میانگین جامعه بیشتر است. ایجاد اشتغال برای ساکنین محلی، رضایتمندی ساکنین محلی از درآمدهای کارآفرینی، نقش کارآفرینی در توسعه روستا، افزایش درآمد شاغلان بخش گردشگری، پایداری اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، ایجاد بازار تولیدات محلی، جذب سرمایه گذاری، سرمایه گذاری بخش خصوصی، کاهش فقر، تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصادی از جمله شاخص‌هایی هستند که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته اند.

فرضیه پژوهش: به نظر می‌رسد عامل سیاسی و قانونی، عامل نهادی و سازمانی، عامل اقتصادی، عامل زیرساختی، عامل مدیریتی، عامل اجتماعی، عامل زیست محیطی و عامل فرهنگی از مهمترین عوامل موثر در ارتقاء کارآفرینی گردشگری روستایی به شمار می‌روند.

جدول ۱: وضعیت کیفی خدمات بهداشتی و امکانات زیست محیطی در روستاهای مورد مطالعه

اسامی روستاها	اهمیت به حفاظت از منابع طبیعی	برخورداری از سامانه جمع آوری زباله	کیفیت جمع آوری آبهای سطحی	کیفیت رعایت مسائل زیست محیطی
زنوزق	کاملاً خوب	کاملاً خوب	کاملاً خوب	بسیار خوب
شیخ ولی	خوب	خوب	تا حدودی خوب	خوب
قره قیه	کاملاً خوب	خوب	تا حدودی خوب	بسیار خوب
کردشت	کاملاً خوب	کاملاً خوب	کاملاً خوب	خوب
اشتبین	کاملاً خوب	کاملاً خوب	کاملاً خوب	بسیار خوب
قدمگاه	خوب	خوب	خوب	خوب
عنصرود	کاملاً خوب	خوب	کاملاً خوب	نسبتاً خوب
کندوان	کاملاً خوب	کاملاً خوب	خوب	نسبتاً خوب
گل آخور	تا حدودی خوب	خوب	تا حدودی خوب	خوب
استمال	کاملاً خوب	خوب	تا حدودی خوب	خوب

جدول ۲: عوامل و معیارهای فضای کارآفرینی در روستاهای مورد مطالعه.

عوامل	معیارها
عوامل نهادی و سازمانی	ارتقاء تکنولوژی، استفاده از فناوری‌های نوین، سیاست‌های حمایتی و تشویقی
عوامل اقتصادی	افزایش درآمد شاغلان، پایداری اقتصادی، افزایش قدرت خرید جامعه محلی، بازار تولیدات جدید، تنوع اقتصادی
عوامل مدیریتی	توسعه زیرساختی، حمایت و همکاری، ایجاد بستر امنیتی
عوامل اجتماعی	پایداری اجتماعی، همیاری زنان در امور
عوامل زیست محیطی	استفاده از انرژی‌های نو، حفاظت از محیط طبیعی، دسترسی به جاذبه‌های طبیعی، حفظ میراث جهانی ثبت شده
عوامل فرهنگی	پایداری فرهنگی، برگزاری جشنواره‌ها، حفظ آیین‌ها و سنن

در همه‌ی مکان‌ها فعالیت‌های کارآفرینانه نیاز به پتانسیل‌هایی دارد که به کمک این زیرساخت‌های اولیه فضای کارآفرینی شکل می‌گیرد و فعالیت‌هایی به جریان می‌افتند. در این پژوهش از پاسخ دهندگان تقاضا شده است اولویت هر یک از عناصر تأثیرگذار در کارآفرینی را مشخص نمایند و از بین اعداد صفر تا ۵ میزان وجود این عناصر را مشخص سازند.

جدول ۳: توزیع و درصد فراوانی شاخص‌های تحقیق و اولویت بندی از دیدگاه پاسخگویان

عناصر تأثیرگذار در کارآفرینی	میانگین وزنی	انحراف معیار	اولویت
افزایش درآمد شاغلان گردشگری	۲/۳۷	۰/۷۵۹	۱
وجود زیرساختها	۱/۶۱	۰/۶۶۷	۲
وجود فناوری و تکنولوژی	۳/۳۳	۰/۸۰۴	۵
پایداری اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی	۲/۳۴	۰/۷۰۴	۴
ایجاد بازار تولیدات محلی	۱/۹۷	۰/۹۶۱	۱
حفظ ارزشهای بومی و سنتی	۳/۲۹	۰/۹۳۴	۲
حمایت‌های نهادی و سازمانی	۲/۴۰	۰/۶۷۹	۳
کاهش فقر	۲/۸۶	۰/۷۵۱	۱
تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصادی	۳/۴۳	۰/۷۴۷	۱
مدیریت محلی و آموزش کارآفرینی	۲/۱۸	۰/۷۸۰	۴
پتانسیل‌های طبیعی و زیست محیطی	۲/۰۷	۰/۷۸۹	۲
حفاظت از محیط زیست	۲/۶۹	۰/۶۶۲	۲
حمایت از مراسم فرهنگی	۳/۲۶	۰/۸۶۸	۵

همانطور در در جدول ذکر شده است بالاترین اولویت به ترتیب به عوامل اقتصادی، عوامل زیست محیطی و کالبدی، عوامل نهادی و سازمانی، عوامل اجتماعی، مدیریتی و فرهنگی اختصاص داده شده است.

در تحقیق حاضر تأثیر عوامل مؤثر در ارتقاء کارآفرینی گردشگری روستاهای مورد مطالعه، توسط سؤال‌های مرتبط در پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفته و همچنین دارای توزیع غیر نرمال است، لذا از آزمون غیر پارامتری علامت یک نمونه ای برای آزمون فرضیه استفاده خواهد شد. حال اگر فرض کنیم که:

M: میانه واقعی متغیر تأثیر عوامل مؤثر (سیاسی، نهادی و سازمانی، اقتصادی، زیرساختی، مدیریتی، اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی) در ارتقاء کارآفرینی گردشگری روستاهای مورد مطالعه.

H₀: عوامل سیاسی، نهادی و سازمانی، اقتصادی، زیرساختی، مدیریتی، اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی در ارتقاء کارآفرینی گردشگری روستاهای مورد مطالعه تأثیر ندارد.

H₁: عوامل سیاسی، نهادی و سازمانی، اقتصادی، زیرساختی، مدیریتی، اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی در ارتقاء کارآفرینی گردشگری روستاهای مورد مطالعه تأثیر دارد.

جدول ۴: آزمون علامت یک نمونه ای، تاثیر عوامل سیاسی، نهادی و سازمانی، اقتصادی، زیرساختی، مدیریتی، اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی در ارتقاء کارآفرینی گردشگری روستاهای مورد مطالعه

One-Sample Statistics (پیش فرض های آزمون تی تک نمونه ای)				
	(تعداد)	(میانگین)	(انحراف استاندارد)	(فاصله از انحراف استاندارد)
t_tes	۳۲۵	۳/۳۱۰۱	۰/۳۶۰۲۴	۰/۰۲۲۱۱

One-Sample Test						
t_tes	بالا	پایین	تفاوت میانگین با میانگین عدد ثابت	سطح معناداری	درجه آزادی	(آماره تی)
	۰/۰۰۶۵	۰/۰۰۱۵	۰/۱۹۲۳۴	۰/۰۰۰	۳۲۴	۵/۳۲۱

نتایج حاصل از آزمون در جدول حاکی از این است که، میانگین متغیر تأثیر عوامل مذکور در ارتقاء کارآفرینی گردشگری روستاهای مورد مطالعه، ۳/۳۱ با انحراف معیار ۰/۳۶ می باشد. همچنین سطح معنی داری آزمون علامت معادل ۰/۰۰۰، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را می پذیریم، یعنی با اطمینان ۹۹٪ عوامل سیاسی، نهادی و سازمانی، اقتصادی، زیرساختی، مدیریتی، اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی در ارتقاء کارآفرینی گردشگری روستاهای مورد مطالعه تأثیر دارند.

نتیجه گیری

بر اساس یافته‌ها و مطالعات می توان گفت کارآفرینی دارای عوامل کلیدی می باشد. در یک اقتصاد پویا، ایده‌ها همواره در حال تغییر و تحول می باشند و کارآفرینان باید جهت سازگاری با محیط دائماً الگویی نو خلق نمایند. در چارچوب درک گردشگری امروزه، کشورهایی که هدفشان دستیابی به جریان‌های ارزی و استفاده از فرصت‌های کارآفرینی می باشد، نه تنها باید منافع اقتصادی را در نظر بگیرند بلکه باید در محدوده سیاست‌های توسعه پایدار، ویژگی‌های اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی گردشگری را نیز به عنوان سهم اقتصادی گردشگری در نظر داشته باشند. تلفیق مناسب و دقیق کارآفرینی و گردشگری می تواند ضمن پاسخگویی به نیازهای روستائیان، تفریحی ایمن و مطلوب برای گردشگران فراهم آورد. در این زمینه باید مطالعات دقیقی به منظور تعریف مفاهیم و چارچوب کارآفرینی گردشگری صورت گیرد و اصول کارکردها و عملکرد کارآفرینی گردشگری در حوزه روستایی شفاف شود.

با استفاده از آزمون‌های آماری SPSS فرضیه حاضر مورد بررسی واقع شد و طبق نتایج بدست آمده از آزمون، در فرضیه با توجه به میانگین‌های محاسبه شده و همچنین سطح معنی داری ۰/۰۰۰ آزمون و رد شدن فرض صفر، به این معنی است و مشخص شد که عوامل سیاسی، نهادی و سازمانی، اقتصادی، زیرساختی، مدیریتی، اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی در ارتقاء کارآفرینی گردشگری روستاهای مورد مطالعه تأثیر دارد. بنابراین فرضیه موردنظر تأیید قرار گرفت.

با عنایت به یافته‌ها و نیز مشاهده‌های میدانی، پیشنهادهای زیر جهت ارتقاء کارآفرینی و پایدارسازی اقتصاد روستاها ارائه می شود: زیرساخت‌های مورد نیاز کارآفرینان روستایی، افزایش سطح حمایت‌های اقتصادی توسط نهادها و سازمان‌ها و همچنین افزایش آگاهی‌های اجتماعی در رابطه با ارزش و اهمیت کارآفرینی و نوآوری - مداخله دولت در جهت تقویت ظرفیت‌های کارآفرینی روستایی بطوری که سرمایه گذاری بیشتری را در زمینه‌های پرورش خلاقیت و کارآفرینی، تحقق و توسعه، آموزش بسترهای لازم و تقویت اقتصاد روستا انجام دهد- ارائه ی سازو کارهای تشویقی دولت برای کارآفرینان در محیط‌های روستایی و حمایت از ایده‌های خلاقانه جهت ایجاد انگیزه- هدفمندسازی و نهادینه سازی فعالیت‌ها و خدمات مرتبط با کارآفرینی در روستاهای مقصد گردشگری- ایجاد مدرسه طبیعت، مدرسه کشاورزی و یا موزه طبیعت در روستای عنصرود که یکی از سرسبزترین روستاهای مقصد گردشگری می باشد با هدف ارتقاء سطح فعالیت‌های کارآفرینی در حوزه گردشگری و حمایت از محیط زیست- ایجاد مدارس و یا باشگاه‌های اسب دوانی در روستای قره قیه به منظور کارآفرینی ساکنین محلی و رونق کسب و کار و همچنین جذب گردشگران ورزشی

منابع

دادورخانی، فضیله، محمدزاده لاریجانی، فاطمه، ۱۳۹۲. ارزیابی پیامدهای اقتصادی و اجتماعی گردشگری خانه‌های دوم، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره ۴۵، شماره ۴.

- رضوانی، محمدرضا، ۱۳۸۷، مقدمه ای بر برنامه ریزی روستایی در ایران، تهران، انتشارات قومس.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، پورطاهری، مهدی، فضلی، نفیسه، ۱۳۹۳. تحلیل عوامل مؤثر در توسعه ی کارآفرینی در گردشگری روستایی، مجله برنامه ریزی و توسعه ی گردشگری، سال ۳، شماره ۸، ص: ۸۷-۱۰۷.
- زرافشانی، کیومرث، شرفی، لیدا، گراوندی، شهیر، قبادی، پرستو، بررسی اثرات توسعه گردشگری در ارتقاء شاخص های اقتصادی-اجتماعی نواحی روستایی مطالعه موردی منطقه ریجاب استان کرمانشاه، نشریه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، جلد ۲، شماره ۵.
- عسگری، رسول، شمس الدینی، علی، کردوانی، پرویز، ۱۳۹۷. ارائه ی مدل آینده نگر کارآفرینی مبتنی بر بوم گردی در روستاهای هدف گردشگری (مطالعه ی موردی: روستاهای هدف شهرستان خور و بیابانک)، فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، سال: ۸، شماره: ۳۱، پاییز.
- عنابستانی، علی اکبر، سعیدی، عباس، درویشی، حسن، ۱۳۹۱، بررسی آثار اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست محیطی توسعه گردشگری سکونتگاههای روستایی از دیدگاه گردشگران و روستاییان مطالعه موردی دشت ارژن فارس، مجله برنامه ریزی فضایی جغرافیا، سال ۲، شماره ۲.
- غنیان، منصور، خانی، فضیله، بقایی، لیلا، ۱۳۹۰. ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی (مطالعه موردی: منطقه اورامان)، پژوهش های روستایی، سال ۲، شماره ۳، پاییز.
- قهرمانی، مریم، ۱۳۹۱. توسعه ی گردشگری پایدار روستایی و جایگاه باارزش بافت های روستا، مطالعه ی موردی روستای سیمین شهر همدان، فضای گردشگری، سال ۲، ص: ۶۵-۸۰.
- کریمی، سعید، ۱۳۹۳، کارآفرینی گردشگری کشاورزی، راهبردی نوین برای توسعه روستایی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد اول، شماره ۴.
- محمدی یگانه، بهروز، عینالی، جمشید، بیگدلی، اعظم، ۱۳۹۵. نقش کارآفرینی در توسعه ی مناطق روستایی با تأکید بر گردشگری، دهستان حصار ولیعصر شهرستان آوج، فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، سال ۶، شماره ۲۱، ص: ۱۹۳-۲۰۲، بهار.
- باسوری، مجید، ۱۳۹۴. مقدمه ای بر اقتصاد روستایی، انتشارات دانشگاه گیلان، چاپ اول.
- Borke Tunali, C, Sender, S, 2019. The determinates of entrepreneurship in Turkey, Computer Science, V: 158,P: 648-652.
- Fredstrom, A, Peltonen, J, Wincent, J, 2020. A country level institutional perspective on entrepreneurship productivity: The effects of informal economy and regulation, Journal of business venturing, V:21, p:1-15.
- Giannakis, Elias, 2014. The role of rural tourism on the development of rural areas: the case of cyrrus , Romanian journal of regional science, v: 8.
- Harpa, E, Moca, S, Rus, S, 2016. A comparative study of rural entrepreneurship Romania-Greece, V:22, P:1100-1105.
- Hwang, JeaHee. & Lee, seong Woo , 2015. The effect of the rural tourism policy on non-farm income in South Korea, Elsevier, V: 46, p: 501-513.
- Istanbullu, F, Zeki,M, yilmaz, S, 2015. The economic contribution of Turkish tourism entrepreneurship on the development of tourism movements in Islamic countries, Social and behavioral sciences, V:195, P:413-422.
- Kirkwood, J, Tootell, B, 2008. Is entrepreneurship the answer to achieving work- family balance? , Journal of management & organization, V: 14, p: 285-302.
- M situmorang, Dohar Bob, Rasfaldini Mirzanti, Isti, 2012. Social entrepreneurship to develop ecotourism, Economics and finance, V: 4, P:398-405.
- Mantymaa, E, tyrvaian, L, Jautinen, A, Kuittila, M, 2019. Importance of forest landscape quality for companies operating in nature tourism areas, Land use policy, p:1-12.
- Pilving, T, Kull, T, Suskevics, M, Viira, A, 2019. The tourism partnership life cycle in Estonia: Striving towards sustainable multisectoral rural tourism collaboration, Tourism management perspectives, V: 31, P: 2019-230.
- Slmkova, E, 2007. Strategic approaches to rural tourism and sustainable development of rural areas, University of hardec kralove, CZECH Republic.
- Razvan Surugiu, M, Surugiu, C, 2015. Heritage tourism entrepreneurship and social media: opportunities and challenges, Social and behavioral sciences, V:188, p: 74-81.
- Talmaciu, M, 2012. Considerations regarding the development of Romanian regional economies through in novation and entrepreneurship, science direct procedia economies and finance 3, p: 914-920.
- Theiken, H & Jong, G, 2020. The impact of values and future orientation on intention formation within sustainable entrepreneurship, Journal of Cleaner production, V: 226, P: 1-50.
- Yuan, P, liu, Y, Ju, F, li, X, 2017. A study on farmer's Agriculture related tourism entrepreneurship behavior, Computer Science, V: 122, P:743-750.