



Assessing the Role of Tourism Flows in the Development of Rural Tourism Entrepreneurship: A case study of Tourism Hinterland of Mashhad City

Hamide Mahmoodi¹ , Hamid Shayan² , Hamdollah Sojasi Qeidari³

1. (Corresponding Author) Department of Tourism Management, College of Management, University of Tehran, Tehran, Iran

Email: ha.mahmoodi@ut.ac.ir

2. Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

Email: shayan34@um.ac.ir

3. Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

Email: ssojasi@um.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:

Research Paper

Article History:

Received:

19 January 2026

Received in revised form:

29 February 2026

Accepted:

5 April 2026

Available online:

28 April 2026

Keywords:

Tourism Development,
Entrepreneurship,
Village,
Marcos Model.

ABSTRACT

The purpose of this study is to evaluate the role of tourism flows in enhancing tourism entrepreneurship dynamics within the tourism influence zone of Mashhad City. This research employs a descriptive-analytical methodology and a library-documentary approach and is applied in nature. The assessment of tourism entrepreneurship was conducted using the standardized indicators of the Global Entrepreneurship Monitor (GEM), while tourism flows were operationalized through eight specific indicators. The statistical population includes rural administrators (dehyars), entrepreneurs, and tourists. To examine the relationships among variables, one-sample t-test, Pearson and Spearman correlation coefficients, and regression analysis were applied. Moreover, the MEREC and MARCOS models were utilized within the GIS environment for spatial analysis. The study area comprises the tourism influence zone of Mashhad City. The findings indicate that the overall level of tourism in the region is moderate, highlighting the need for effective policies to strengthen tourism activities. Statistical analysis results reveal a positive and significant relationship between tourism flows and rural entrepreneurship ($R = 0.81$). However, in some villages with relatively weak tourism inflows, a high level of entrepreneurship was observed due to the creative utilization of local resources. Spatial analysis further demonstrated that environmental, infrastructural, and social factors play a decisive role in the success of entrepreneurial activities in rural areas. Overall, the results suggest that tourism flows can play a pivotal role in fostering entrepreneurship, and future planning should focus on strengthening these flows and optimizing the use of regional capacities.

Citation: Mahmoodi, H., Shayan, H., & Sojasi Qeidari, H. (2026). Assessing the Role of Tourism Flows in the Development of Rural Tourism Entrepreneurship: A case study of Tourism Hinterland of Mashhad City. *Journal of Rural Research*, 17 (1), 157-174.

<http://doi.org/10.22059/jrur.2026.395082.2032>



© The Author (s)

Publisher: University of Tehran Press

Extended Abstract

Introduction

In the early decades of the twenty-first century, developing countries continue to face persistent challenges to sustainable development, with rural areas being particularly affected. Previous development policies and strategies, predominantly urban-oriented and technocratic in nature, have proven insufficient in addressing the specific needs, capacities, and structural conditions of rural regions. As a result, many rural areas have experienced entrenched poverty, rising out-migration, declining living standards, and enduring infrastructural shortcomings. In response to these challenges, scholars and policymakers have increasingly called for a reorientation of development paradigms toward the activation of local capacities, with tourism emerging as a key component of innovative rural development approaches.

Tourism, as one of the fastest-growing sectors of the global economy, has played a significant role in promoting economic growth, employment creation, and more balanced income distribution. Through its capacity to connect a wide range of rural activities, including agriculture, handicrafts, and local services, tourism supports economic diversification and contributes to the revitalization of rural communities. In addition to enhancing local livelihoods and alleviating rural-to-urban migration pressures, tourism enables multidimensional flows of capital, culture, and information, which in turn contribute to the accumulation of economic and social capital at the local level.

Within this context, tourism entrepreneurship, particularly in rural settings, has emerged as a key driver of endogenous and place-based development. It provides a framework for mobilizing local resources and capabilities in order to generate and more equitably distribute economic benefits within rural communities. Consequently, rural tourism development is widely regarded as an effective strategy for addressing rural underdevelopment and strengthening the economic and social foundations of local areas.

This study focuses on tourism-receiving villages located within the broader tourism catchment area of Mashhad, Iran. As Mashhad has evolved into the country's second-largest metropolis and a major center of pilgrimage tourism, the increasing volume of visitors has gradually extended the city's tourism sphere of influence into surrounding rural areas. These villages, which are becoming progressively integrated into Mashhad's metropolitan system, possess substantial tourism potential. If managed effectively, this potential can stimulate tourism entrepreneurship, create employment opportunities, improve local infrastructure, and reduce rural out-migration toward the city. Accordingly, the main objective of this study is to examine the role of tourism flows in stimulating and sustaining tourism entrepreneurship within this regional setting.

Methodology

This applied study adopts a descriptive-analytical approach and relies on library-based and documentary sources for data collection. To assess tourism entrepreneurship, standardized indicators derived from the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) were localized and refined through consultation with a panel of fifteen academic experts, resulting in thirty-six items grouped into fourteen indicators and structured across three analytical dimensions. Primary data were collected using a five-point Likert-scale questionnaire administered to rural entrepreneurs.

Tourism flows were analyzed across three dimensions, namely tourist, commodity, and capital flows, using eight indicators derived from institutional statistics and semi-structured interviews with key stakeholders. The reliability of the research instruments was confirmed using Cronbach's alpha coefficient, which exceeded the threshold value of 0.70 and indicated satisfactory internal consistency. Quantitative data analysis was conducted using one-sample t-tests, Pearson and Spearman correlation coefficients, and linear regression analysis in order to assess indicator mean values, examine

relationships among variables, and evaluate the magnitude of tourism's impact on entrepreneurship. In addition, spatial analysis was carried out within a GIS environment using the multi-criteria decision-making models MEREC and MARCOS, together with the Natural Breaks (Jenks) classification method.

To operationalize the study, the tourism sphere of influence of Mashhad was selected as the study area, given the city's pivotal role in attracting millions of pilgrims and tourists each year and its substantial influence on rural tourism development in surrounding areas. Tourists' destination choices within this region are shaped by factors such as the attractiveness of destinations, distance from Mashhad, and the quality of access routes. To delineate the tourism sphere of influence, a modified Ruppert model was applied, in which the radius of influence was calculated using appropriate distance and population parameters. In order to account for variations among Mashhad's access corridors with respect to tourist volume, number of attractions, and route quality, weighting coefficients were incorporated into the model. Subsequently, the tourism sphere of influence for each corridor was calculated separately, and the final boundary was delineated using ArcGIS software. The findings indicate that 167 villages within the defined sphere of influence possess tourism attractions, including historical-cultural, religious, and natural sites. To determine the sample size, the n_0 formula was applied, resulting in the selection of 22 villages as the study sample. Sample villages were chosen based on the presence of multiple tourism attractions and relatively high levels of tourist visitation.

Results and Discussion

In this study, the mean values of tourism entrepreneurship indicators were evaluated using a one-sample t-test. The results show that the observed means of all indicators exceed the theoretical midpoint value of 3 and fall within a moderate to high range. The statistical significance of the results across all indicators confirms their generalizability to the study population. Furthermore, the positive lower and upper

confidence intervals indicate that these indicators exert a favorable influence on the development of tourism entrepreneurship in tourist-oriented villages located within the tourism sphere of influence of Mashhad. Among the examined indicators, entrepreneurial orientation emerged as the most influential factor in promoting tourism entrepreneurship. By contrast, the mean value of the tourism flow indicator was at a moderate level, suggesting the need for supportive policies to enhance its role in strengthening tourism entrepreneurship.

The results of the statistical analyses reveal a positive, strong, and statistically significant relationship between tourism flows and tourism entrepreneurship in the sampled villages. Pearson correlation analysis indicates that tourism flows are directly and significantly associated with all three dimensions of tourism entrepreneurship, namely entrepreneurial orientation, entrepreneurial capability, and entrepreneurial motivation. These findings are further supported by the regression analysis, which shows that the intensity of tourism flows accounts for a substantial proportion of the variance in tourism entrepreneurship ($R = 0.81$, $R^2 = 0.64$).

However, spatial analysis and field observations indicate that this relationship is not uniform across all villages and is moderated by contextual factors such as environmental capacity, local livelihood structures, and prevailing social attitudes. In some villages, relatively high levels of tourism entrepreneurship were observed despite limited tourism flows, largely as a result of the effective use of distinctive natural and agricultural resources. Conversely, in other villages, a strong dependence on traditional economic activities limited the adoption of tourism-related entrepreneurial initiatives, even where tourist inflows were relatively high. These findings suggest that although tourism flows represent a necessary condition for the development of tourism entrepreneurship, they are not sufficient in isolation. Instead, tourism entrepreneurship arises from the interaction between tourism demand and local environmental, cultural, and social capacities, together with the

ability of local communities to respond to emerging economic opportunities.

To analyze the spatial distribution of tourism entrepreneurship at the level of the studied rural settlements, the multi-criteria decision-making models MEREC and MARCOS were employed. The ranking results indicate that the village of Miami exhibits the highest level of tourism entrepreneurship, while Andarok ranks lowest from the perspective of local entrepreneurs. Spatial classification conducted using the Natural Breaks (Jenks) method within a GIS environment further shows that Miami, Radkan, and Piveh-Zhen are in the most favorable condition, whereas Tabadkan, Darbehesht, Khajeh-Hosseinabad, Kalateh-Ahan, and Andarok fall within the least favorable category in terms of tourism entrepreneurship.

Examination of the relationships between MARCOS model scores and spatial variables indicates that socio-demographic and environmental factors, including precipitation, elevation, literacy rate, age structure, household characteristics, and population attributes, have strong and statistically significant associations with tourism entrepreneurship. Moreover, infrastructure availability, accommodation and hospitality services, and accessibility demonstrate strong relationships with entrepreneurship levels, underscoring the critical role of service provision and infrastructure development in strengthening rural tourism and fostering local entrepreneurship. By contrast, variables such as the number of attractions, climate type, and slope show moderate relationships, while distance to water resources exhibits weak or statistically insignificant associations.

Overall, the findings indicate that the development of tourism entrepreneurship in rural areas is shaped by the combined influence of environmental conditions, socio-demographic capacities, and infrastructural and service-related factors. Accordingly, reliance on a single dimension is insufficient, and an integrated, multidimensional approach is essential for both analyzing and promoting tourism entrepreneurship in rural destinations.

Conclusion

In this study, tourism entrepreneurship is examined as a key driver of economic, social, and environmental development in rural areas located within the sphere of influence of Mashhad. The findings suggest that strengthening tourism entrepreneurship requires an approach that extends beyond a sole focus on increasing tourist arrivals and instead emphasizes targeted investment, capacity building, supportive policies, and the effective use of local environmental and human resources. Tourism entrepreneurship contributes substantially to job creation, increases in household income, reduced dependence on traditional agricultural activities, and the mitigation of rural out-migration, thereby enhancing social welfare and stability in rural communities.

The results demonstrate that tourism flows play a decisive role in shaping the dynamics of tourism entrepreneurship in the study area. Overall, tourism entrepreneurship indicators were assessed at a moderate to high level, with entrepreneurial orientation identified as the most influential dimension. Correlation and regression analyses revealed a strong and statistically significant relationship between tourism flows and entrepreneurial orientation, capability, and motivation ($R = 0.81$). Nevertheless, the moderate intensity of tourism flows observed in several villages underscores the need for more supportive and targeted policy interventions to strengthen their entrepreneurial impacts.

Spatial analysis revealed considerable intra-regional disparities among villages. Some villages, including Piveh-Zhen and Azghad, exhibit high levels of tourism entrepreneurship despite relatively weak tourism flows, largely due to the effective utilization of natural resources and local capacities. By contrast, the village of Darbehesht, despite experiencing strong tourist inflows, demonstrates weaker entrepreneurial performance as a result of its continued reliance on traditional agricultural activities and the limited diversification of its economic functions. The results of the multi-criteria decision-making models MEREC and MARCOS further indicate that the villages of Miami, Radkan, and Piveh-Zhen rank highest in

terms of tourism entrepreneurship, whereas Tabadkan, Darbeheshat, Khajeh-Hosseiniabad, Kalateh-Ahan, and Andarok occupy the lowest positions.

These spatial variations are largely shaped by environmental, infrastructural, and socio-demographic factors, including precipitation patterns, elevation, literacy levels, population age structure, the quality of infrastructure and accommodation services, and accessibility. Overall, the findings are consistent with previous studies and underscore that the development of rural tourism entrepreneurship is the result of a complex interaction among tourism flows, supportive infrastructure, social capital, managerial policies, and environmental capacities.

Accordingly, the study highlights the necessity of adopting a comprehensive and multidimensional approach to strengthening tourism entrepreneurship in rural areas, one that simultaneously addresses tourism demand, local resource endowments, community empowerment, and institutional support. Such an integrated approach can contribute to sustainable, inclusive, and balanced rural tourism development in Razavi Khorasan Province.

Funding

This research was funded by the Tehran Urban Studies and Planning Center.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.

ارزیابی نقش جریان‌های گردشگری در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی مطالعه موردی: حوزه نفوذ گردشگری شهر مشهد

حمیده محمودی^۱ ✉، حمید شایان^۲ , حمداله سجاسی قیداری^۳

- ۱- نویسنده مسئول، گروه مدیریت گردشگری، دانشکدگان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: ha.mahmoodi@ut.ac.ir
۲- گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران. رایانامه: shayan34@um.ac.ir
۳- گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران. رایانامه: ssojasi@um.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف این پژوهش ارزیابی نقش جریان‌های گردشگری در پویایی کارآفرینی گردشگری در حوزه نفوذ گردشگری شهر مشهد می‌باشد. این پژوهش از روش‌شناسی توصیفی-تحلیلی و روش کتابخانه‌ای-اسنادی بهره گرفته و از نوع کاربردی است. برای سنجش کارآفرینی گردشگری از شاخص‌های استاندارد دیده‌بان جهانی کارآفرینی استفاده شده و جریان‌های گردشگری با هشت شاخص عملیاتی شده‌اند. جامعه آماری تحقیق شامل دهیاران، کارآفرینان و گردشگران است. از آزمون تی تک‌نمونه‌ای، همبستگی پیرسون و اسپیرمن، و تحلیل رگرسیون برای بررسی روابط متغیرها استفاده شده است. همچنین، مدل‌های Marcos، Merec در GIS برای تحلیل فضایی به کار رفته‌اند. منطقه مورد مطالعه، حوزه نفوذ گردشگری شهر مشهد انتخاب شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سطح گردشگری در منطقه مطالعه به‌طور کلی در حد متوسط ارزیابی شده است، که این امر لزوم تدوین سیاست‌های مؤثر برای تقویت فعالیت‌های گردشگری را نشان می‌دهد. نتایج حاصل از تحلیل آماری بیانگر آن است که گردشگری با کارآفرینی در نواحی روستایی رابطه مثبت و معناداری دارد ($R=0.81$). با این حال، در برخی روستاها با وجود ضعف در جذب گردشگر، سطح بالایی از کارآفرینی مشاهده شد که به استفاده خلاقانه از منابع بومی بازمی‌گردد. تحلیل فضایی در محیط GIS نیز نشان داد که عوامل محیطی، زیرساختی و اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه در مناطق روستایی دارند. نتایج بررسی در این زمینه نشان می‌دهند جریان گردشگری می‌تواند نقش کلیدی در توسعه کارآفرینی ایفا کند و برنامه‌ریزی‌های آینده باید بر تقویت آن و بهره‌گیری بهینه از ظرفیت‌های منطقه متمرکز شوند.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۰/۲۷ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۱۲/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۱/۱۴ تاریخ چاپ: ۱۴۰۵/۰۲/۰۶	
واژگان کلیدی: توسعه گردشگری، کارآفرینی، روستا، مدل Marcos	

استناد: محمودی، حمیده و شایان، حمید و سجاسی قیداری، حمداله. (۱۴۰۵). ارزیابی نقش جریان‌های گردشگری در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی مطالعه موردی: حوزه نفوذ گردشگری شهر مشهد. *مجله پژوهش‌های روستایی*، ۱۷ (۱)، ۱۷۴-۱۵۷.

<http://doi.org/10.22059/jrur.2026.395082.2032>

مقدمه

برنامه‌های توسعه در کشورهای در حال توسعه همچنان با چالش‌های جدی مواجه‌اند (بهرامی، ۱۳۸۹: ۱۲۶) و یکی از مهم‌ترین آن‌ها توسعه نیافتگی روستایی است. رویکردهای گذشته به دلیل تعصب شهری و نگاه تکنوکراتیک نتوانسته‌اند منافع توسعه را به‌طور عادلانه به روستاها منتقل کنند (محمدي یگانه و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۹۴). روستاها با محدودیت‌هایی چون خردبودن زمین‌های زراعی و ضعف بازاریابی (Pasakarnis et al., 2013: 703)، کمبود تبادل اطلاعات (Moren-Alegret et al., 2018: 2)، خشک‌سالی و کاهش بهره‌وری (Meaza et al., 2017: 2) و نابرابری فرصت‌های شغلی روبه‌رو هستند؛ مسائلی که مهاجرت روستاییان و آسیب‌پذیری اقتصادی را تشدید می‌کند (Zamora, 2011: 115). بنابراین، اندیشمندان بر ضرورت توجه به گزینه‌های جدید مبتنی بر ظرفیت‌های محلی و برنامه‌ریزی ویژه برای توسعه روستاها و کاهش فقر تأکید دارند (مالاشاهی و تبریزی دخت فرد، ۱۳۹۳: ۲۹). مسائل بالا سبب شده است که در سال‌های اخیر، توسعه روستایی مورد توجه قرار گرفته و نظریه‌پردازان و برنامه‌ریزان درصدد برآیند تا با راهکارها و استراتژی‌های جدید، از چالش‌ها و مسائلی که این نواحی گریبان گیر آن می‌باشد، بکاهند (Byrd et al., 2009)؛ بر این اساس یکی از شناخته‌شده‌ترین راهبردهای توسعه روستایی، توسعه گردشگری است؛ که به‌عنوان نیروی اقتصادی (zhang, 2009: 31) و ابزاری برای ایجاد اشتغال و کاهش فقر مورد توجه قرار گرفته است (Porto & Garbero, 2018: 2).

گردشگری در دهه‌های اخیر با رشدی سریع، به یکی از مؤثرترین بخش‌های اقتصادی جهان بدل شده و نقش مهمی در تسهیل تجارت و توسعه اقتصادی ایفا کرده است (Xing-zhu & Qun, 2014: 303). این صنعت در هزاره سوم به فعالیتی اشتغال‌زا و سرمایه‌بر تبدیل شده و به‌طور چشمگیری ابعاد مختلف زندگی را تحت تأثیر قرار داده است (عناستانی و محمودی، ۱۳۹۵: ۹۸). بر اساس پیش‌بینی‌ها، گردشگری همچنان یکی از سریع‌ترین حوزه‌های در حال رشد خواهد بود (Jin et al., 2018: 2) و هم‌اکنون نیز به یکی از بزرگ‌ترین منابع درآمد جهانی تبدیل شده است (Liu et al., 2017: 413). در سال ۲۰۱۷ این صنعت ۳۱۳ میلیون شغل ایجاد کرده و ۱۰٫۴ درصد از GDP جهانی را به خود اختصاص داده است؛ رقمی که انتظار می‌رود تا ۲۰۲۷ به ۳۸۰ میلیون شغل برسد (Sokhanvara, 2018: 97). همچنین تعداد گردشگران بین‌المللی از ۵۲۴ میلیون نفر در ۱۹۹۵ به ۱٫۲۴ میلیارد نفر در ۲۰۱۶ افزایش یافته و پیش‌بینی می‌شود تا ۲۰۳۰ به ۱٫۸ میلیارد نفر برسد (World Bank, 2018)؛ تقی‌زاده یزدی و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۸۲). گزارش‌های UNWTO نیز نشان می‌دهد که گردشگری توان اثرگذاری بر ۱۱۰ صنعت را دارد و هر ۱ دلار درآمد گردشگری می‌تواند ۳٫۴ دلار ارزش افزوده در اقتصاد ایجاد کند (Jian et al., 2016: 78). به همین دلیل، این صنعت نقشی کلیدی در بهبود معیشت و کاهش فقر ایفا می‌کند (Yuxi & Linshen, 2020: 2) و افق‌های روشنی برای توسعه به‌ویژه در مقاصد روستایی ترسیم کرده است (Xing-zhu & Qun, 2014: 303).

گردشگری روستایی با ایجاد درآمد و فرصت‌های شغلی، ابزاری مؤثر برای ارتقای شیوه‌های زندگی و توزیع درآمد در مناطق روستایی به شمار می‌رود و ارزش افزوده اقتصادی برای تولیدکنندگان محلی ایجاد می‌کند (حیدری و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۸۵). این نوع گردشگری به‌عنوان فعالیتی چند کارکردی، شبکه‌های موجود در روستاها مانند کشاورزی، صنایع دستی، اوقات فراغت و نوآوری‌های فرهنگی را تقویت کرده و به متنوع‌سازی اقتصادی و توسعه جوامع محلی کمک می‌کند (Figueiredo & Raschi, 2013: 1). گردشگری روستایی جریان سرمایه، فرهنگ و اطلاعات شهری را به این مناطق منتقل می‌کند، موجب تحرک اقتصادی و اجتماعی و کند شدن روند مهاجرت روستایی می‌شود (پورروحانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۱۲؛ ذبیحی، ۱۳۹۵: ۲). این جریانات، سرمایه اقتصادی و اجتماعی ایجاد کرده و روابط بین روستا و

شهر را تقویت می‌کنند (Zhang et al., 2005: 447؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۸). بر اساس ادبیات، جریان‌های گردشگری محرک توسعه اجتماعی-اقتصادی و کارآفرینی در مناطق روستایی هستند (دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱). اهمیت کارآفرینی در گردشگری، به دلیل پویایی و تغییرات سریع این صنعت، موجب شده جریان گردشگری زمینه‌ای مناسب برای ظهور و رشد ظرفیت‌های کارآفرینی باشد. از این رو، توسعه گردشگری روستایی و بهره‌برداری از پتانسیل‌ها و سرمایه‌های محلی، ابزاری کارآمد برای حمایت و تحریک کارآفرینی و توسعه درون‌زا به شمار می‌رود (محمودی یگانه و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۹۵).

قادری و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی بررسی کردند که حکمرانی مقصد گردشگری با رویکرد کارآفرینانه می‌تواند مشارکت ذی‌نفعان، رقابت‌پذیری و تحقق حکمرانی گردشگری را افزایش دهد. داده‌ها از مصاحبه با ۲۰ مدیر و کارشناس جمع‌آوری و در سه بُعد ساختاری-نهادی، اکوسیستم گردشگری و حکمرانی تحلیل شدند. نتایج بر ضرورت تعیین متولی اصلی، واگذاری اختیارات، خصوصی‌سازی و بهبود هماهنگی بین دستگاهی تأکید دارند.

حبیبی کوشکوهی و همکاران (۱۳۹۸) نشان دادند که گردشگری و کارآفرینی روستایی رابطه مستقیم دارند و افزایش توان گردشگری در روستاها باعث رونق کسب‌وکار، رشد اشتغال و فرصت‌های کارآفرینی در این مناطق می‌شود. یاسوری و وطنخواه کلزوری (۱۳۹۴) نشان دادند که با وجود ظرفیت‌های طبیعی و انسانی دهستان گورابرس، گردشگری هنوز نتوانسته نقش قابل توجهی در اشتغال، بالفعل کردن قابلیت‌ها، بهبود وضعیت اقتصادی-اجتماعی و توسعه کارآفرینی زنان در این منطقه ایفا کند.

زنگ و همکاران^۱ (۲۰۲۴) نشان دادند که همکاری بین کسب‌وکارهای گردشگری و جوامع محلی می‌تواند مشارکت پایدار ایجاد کرده، موانع منابع و تعارض منافع را کاهش دهد و عملکرد کارآفرینی پایدار را بهبود بخشد. مطالعه با رویکرد ساخت فرصت‌های کارآفرینی بر اهمیت تعاملات محلی در توسعه پایدار گردشگری تأکید دارد.

شارما و همکاران^۲ (۲۰۲۴) با بررسی ۱۳۹ مقاله مروری نشان دادند که نوآوری عامل کلیدی رشد و ایجاد ارزش در شرکت‌های گردشگری و مهمان‌داری است، سیاست‌های دولتی و شرایط اقتصاد کلان بر فعالیت‌های کارآفرینانه تأثیر مستقیم دارند و کارآفرینی اجتماعی نقش مهمی در نوآوری و پایداری این صنعت ایفا می‌کند.

الروادیه و همکاران^۳ (۲۰۲۱) با بررسی ۳۸ مصاحبه با کارآفرینان پناهنده سوری در ترکیه و بریتانیا نشان دادند که فعالیت‌های کارآفرینی در مهمان‌داری و گردشگری، نقش مهمی در ادغام اجتماعی و بهبود رفاه ذهنی پناهندگان دارد و می‌تواند پیامدهای اجتماعی مثبت برای آن‌ها و جوامع میزبان ایجاد کند.

جافر و همکاران^۴ (۲۰۱۵) نشان دادند که کسب‌وکارهای کوچک کارآفرینانه در مناطق روستایی نیازمند حمایت دولت برای بقا و توسعه هستند.

آتلجویک^۵ (۲۰۰۸) نشان داد که گردشگری نقش کلیدی در جوان‌سازی مناطق با اقتصاد سنتی رو به افول دارد و شرکت‌های کوچک در محیط‌های حاشیه‌ای توانایی بالاتری برای توسعه و خلاقیت از خود نشان می‌دهند.

1. Zeng et al.

2. Sharma et al.

3. Alrawadieh et al.

4. Jaafar et al.

5. Ateljjevic

گتز و پترسن^۱ (۲۰۰۵) نشان دادند که کارآفرینان در صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی برای ایجاد اشتغال و رقابت‌پذیری باید بر توانایی‌های خود تمرکز کنند، شبکه‌های غیررسمی و اتحادیه‌های رسمی ایجاد کنند و انگیزه‌ها و اهداف خود برای شروع کسب‌وکار را به‌خوبی بشناسند.

بررسی پیشینه نشان می‌دهد گردشگری نقش مهمی در توسعه کارآفرینی دارد، از جمله از طریق حکمرانی کارآفرینانه، کارآفرینی همکارانه، اشتغال‌زایی، توانمندسازی جوامع محلی و تعامل با کسب‌وکارهای گردشگری. نوآوری و سیاست‌های حمایتی نیز رشد کارآفرینی گردشگری را تقویت می‌کنند. باین‌حال، مطالعه‌ای درباره تأثیر جریان‌های گردشگری بر پویایی کارآفرینی در حوزه نفوذ مشهد انجام‌نشده است. پژوهش حاضر برای نخستین بار این تأثیر را بررسی کرده و ارتباط آن را با شاخص‌های گرایش، توانایی و اشتیاق کارآفرینانه گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی تحلیل می‌کند.

منطقه مورد مطالعه این پژوهش، روستاهای مقصد گردشگری در حوزه نفوذ شهر مشهد است. با رشد مشهد به‌عنوان دومین کلان‌شهر و مقصد زیارتی و سیاحتی مهم، نفوذ گردشگری بر نواحی روستایی پیرامونی افزایش یافته است. این روستاها با چالش‌هایی همچون مهاجرت، کاهش جمعیت و ضعف اقتصادی مواجه‌اند، اما ظرفیت‌های بالقوه گردشگری دارند که می‌تواند فعالیت‌های کارآفرینانه، اشتغال‌زایی و توسعه زیرساخت‌ها را تقویت کند. جریان‌های گردشگری به‌عنوان الگوی ورود و تعامل گردشگران با روستاها، نقش مهمی در پویایی اقتصادی و اجتماعی آن‌ها دارد. مسئله اصلی پژوهش این است که تأثیر جریان‌های نامتوازن گردشگران بر پویایی کارآفرینی گردشگری در این روستاها روشن نیست. هدف پژوهش، ارزیابی نقش جریان‌های گردشگری در پویایی کارآفرینی گردشگری و پاسخ به این سؤال است: «جریان‌های گردشگری چه تأثیری بر گرایش، توانایی و اشتیاق کارآفرینانه در روستاهای حوزه نفوذ مشهد دارند؟»

مبانی نظری

مطالعه جریان‌های گردشگری یکی از محورهای اصلی تحلیل فضایی است و به جابه‌جایی گردشگران، سرمایه، کالا، خدمات و اطلاعات بین مبدأ و مقصد می‌پردازد. این رویکرد که از دهه ۱۹۹۰ مطرح‌شده، امروزه رکن مهمی در برنامه‌ریزی فضایی گردشگری محسوب می‌شود. (McKercher, 2014: 54) جریان‌های گردشگری نوعی «تجارت خدمات» نیز به شمار می‌آیند، زیرا ورود گردشگر به مقصد همانند صادرات کالا یا خدمات به آن منطقه است (Marrocu & Paci, 2013). بنابراین، درک این جریان‌ها نیازمند تحلیل هم‌زمان عوامل تقاضا در مبدأ و عرضه در مقصد است.

مؤلفه‌ها و انواع جریان‌های گردشگری

جریان‌های گردشگری، به‌ویژه در پیوند بین شهر و روستا، ابعاد متنوعی دارند. بر اساس مطالعات انجام‌شده، می‌توان پنج مؤلفه اصلی را برای این جریان‌ها در نظر گرفت:

- جریان افراد: شامل حرکت گردشگران بین شهر و روستا، مهاجرت موقت یا دائمی، رفت‌وآمدهای منظم برای خدمات اداری، و بازدیدهای مکرر از جاذبه‌هاست (Zhou, 2021: 44).
- جریان سرمایه: به اشکال مختلف از جمله تسهیلات بانکی، سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های روستایی، یا ارسال حواله‌های خانوادگی از شهر به روستا انجام می‌شود (رومیانی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۲).
- جریان کالا: مرتبط با جابه‌جایی کالاهای محلی، سوغات، صنایع‌دستی و محصولات روستایی از روستا به شهر و بالعکس است.

- جریان خدمات: شامل ارائه خدمات گردشگری نظیر اقامت، غذا، حمل‌ونقل، راهنمایی و سایر خدمات پشتیبانی گردشگری در روستا می‌شود.
- جریان اطلاعات: مشتمل بر تبادل دانش، فناوری، نوآوری‌های فرهنگی و تعاملات ارتباطی میان گردشگران و جوامع میزبان است (ذبیحی، ۱۳۹۵: ۲؛ Zhang et al., 2006: 447).

الگوهای فضایی جریان‌های گردشگری

تحلیل فضایی جریان‌های گردشگری بیانگر آن است که این جریان‌ها بر اساس الگوهای مختلفی در فضا پراکنده می‌شوند. کیامهر و همکاران (۱۳۹۵: ۴۵) این الگوها را در چهار دسته طبقه‌بندی کرده‌اند:

- الگوهای نقطه‌ای (تمرکز بر یک جاذبه خاص)
 - الگوهای خطی یا شبکه‌ای (حرکت در طول مسیرهای مشخص)
 - الگوهای سطحی (پوشش گسترده مقصدها)
 - الگوهای ناحیه‌ای (بر پایه تعاملات ناحیه‌ای و عملکردی)
- ژنگ و همکاران الگوهای حرکتی گردشگران را در دو سطح بررسی کرده‌اند: حرکات درون مقصد و حرکات بین مقصد. (Zhou, 2021: 44) این تحلیل در طراحی زیرساخت‌ها، مسیرهای دسترسی و نقاط ثقل اقامتی مؤثر است. جریان‌های گردشگری با ایجاد تعاملات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بین مبدأ و مقصد، به توسعه متوازن و پایدار منطقه‌ای کمک می‌کنند و مزایایی مانند متنوع‌سازی اقتصاد محلی (Figueiredo and Raschi, 2013: 1)، کند شدن روند تخلیه روستاها (پورروحانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۱۲)، انتقال سرمایه و نوآوری به روستا (ذبیحی، ۱۳۹۵: ۲) و تقویت سرمایه اجتماعی بین منطقه‌ای (Zhang et al., 2006: 447؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۸) دارند. در ادبیات نظری، دو رویکرد برای تبیین جریان‌های گردشگری مطرح است: رویکرد رفاه اقتصادی که جریان‌ها را نتیجه توسعه‌یافتگی مقصد می‌داند (Li et al., 2008: 2) و رویکرد تحلیلی کارکردی که نقش هم‌زمان عرضه و تقاضا را در شکل‌گیری جریان‌ها بررسی می‌کند (McKercher and Lew, 2004: 36). به‌طور کلی، جریان‌های گردشگری به‌عنوان سازوکارهای پویا، در ترکیب ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و محیطی اثرگذارند و تحلیل آن‌ها زمینه‌ساز توسعه زیرساخت‌ها، ارتقای کیفیت خدمات و بهبود تعاملات شهری-روستایی است.

از منظر کارآفرینی، جریان‌های گردشگری - به‌ویژه در نواحی روستایی - محرکی مهم برای شکل‌گیری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SMEs) هستند. ورود گردشگران با ایجاد تقاضا برای محصولات و خدمات بومی، زمینه نوآوری، شناسایی فرصت‌های اقتصادی و تقویت هویت‌های کارآفرینانه را فراهم می‌کند (Figueiredo & Raschi, 2013). بر همین اساس، بسیاری از سیاست‌ها گردشگری را ابزاری مؤثر برای ارتقای رفاه اجتماعی و توسعه اقتصادی جوامع مقصد تلقی می‌کنند (Moscardo et al., 2017: 1). گردشگری با کاهش بیکاری، افزایش درآمد و ارتقای کیفیت زندگی، نقش قابل‌توجهی در کاهش چالش‌های توسعه دارد (Guo et al., 2018: 1) و از طریق تنوع‌بخشی به فعالیت‌ها و ایجاد فرصت‌های شغلی، به بهبود زیرساخت‌ها و خدمات عمومی کمک می‌کند (Coccossis, 2008: 98؛ Besculides et al., 2002: 3003). به همین دلیل، گردشگری به‌عنوان کاتالیزور بازسازی و توسعه اقتصادی-اجتماعی مقصد شناخته می‌شود (García et al., 2019). از سوی دیگر، پژوهش‌ها نشان می‌دهد که یکی از اهداف اصلی توسعه گردشگری، ایجاد اشتغال است و کارآفرینی ابزار اصلی تحقق آن به شمار می‌رود. بنابراین، تداوم نقش‌آفرینی گردشگری در تولید،

درآمد و اشتغال مستلزم پیوند آن با نوآوری و کارآفرینی است؛ حوزه‌ای که در سال‌های اخیر اهمیت فزاینده‌ای یافته و به نیروی محرک این صنعت تبدیل شده است (Sotiriadis, 2018؛ Lordkipanidze, 2005).

بر اساس گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی، شاخص کارآفرینی از سه بخش اصلی تشکیل می‌شود: گرایش کارآفرینانه که بیانگر نگرش جامعه به کارآفرینی، توان شناسایی فرصت‌ها، پذیرش ریسک و وجود حمایت‌های فرهنگی و مالی است؛ توانایی کارآفرینانه که به ظرفیت ایجاد کسب‌وکارهای نوپا، جذب فناوری، سرمایه انسانی و میزان رقابت اشاره دارد؛ و اشتیاق کارآفرینانه که بر نوآوری در محصول و فرایند، تلاش برای رشد بالا، حضور در بازارهای بین‌المللی و استفاده از سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر تأکید می‌کند. (Zoltan et al., 2018: 24-26)

روش پژوهش

تحقیق حاضر با توجه به هدف و مسئله تحقیق، از روش‌شناسی توصیفی-تحلیلی و از روش گردآوری کتابخانه‌ای-اسنادی بهره گرفته است. لذا مطالعه از لحاظ هدف، از نوع تحقیق کاربردی است. همچنین به‌منظور عملیاتی نمودن مفهوم نظری متغیر وابسته کارآفرینی گردشگری از شاخص‌های استاندارد، گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی استفاده شده است. در ادامه به‌منظور دستیابی به شاخص‌های عملیاتی‌تر و بومی‌سازی شاخص‌ها متناسب با شرایط مناطق روستایی ایران و منطقه مورد مطالعه، شاخص‌ها و گویه‌های استخراج‌شده از گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی، مورد ارزیابی گروه خبرگان دانشگاهی متخصص در زمینه گردشگری کارآفرینی (۱۵ نفر از اساتید) که از طریق نمونه‌گیری غیر تصادفی و هدفمند انتخاب شدند، قرار گرفت. در مجموع برای بررسی متغیر کارآفرینی گردشگری، از ۳ بعد، در قالب ۱۴ شاخص و ۳۶ گویه استفاده شده است که از طریق پرسشنامه از کارآفرینان روستایی در قالب گزینه‌های ۵ طیفی (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) تکمیل و استخراج گردید. جدول زیر شاخص‌ها و گویه‌های تبیین‌کننده کارآفرینی گردشگری را نشان می‌دهد (جدول ۱).

جدول ۱. شاخص‌های کارآفرینی گردشگری

متغیر	شاخص	سؤال/گویه
فرصت‌های گردشگری	درک فرصت‌های گسترش گردشگری	قدرت شناسایی فرصت‌ها برای شروع کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری
	مهارت گسترش کسب‌وکارهای گردشگری	بهره‌برداری از فرصت‌ها
		داشتن مهارت جهت راه‌اندازی کسب‌وکار گردشگری
		دسترسی به آموزش‌های حرفه‌ای و مهارتی در زمینه گردشگری
	پذیرش ریسک در گسترش کسب‌وکار گردشگری	ریسک راه‌اندازی کسب‌وکار در حوزه گردشگری
		محیط کم ریسک کسب‌وکار در منطقه
		میزان ریسک وجود قوانین بی‌ثبات و متغیر
	شبکه‌سازی	شناخت کارآفرینان از یکدیگر
		ارتباط شبکه‌های کارآفرینان از نظر جغرافیایی
	پشتیبانی فرهنگی	دیدگاه افراد جامعه نسبت به کارآفرین
کسب‌وکار نوپا مبتنی بر فرصت		شرایط آسان برای کارآفرین شدن
		ایجاد کارآفرینی برحسب فرصت یا ضرورت
		نقش تسهیل‌گری دولت در فرآیند کارآفرینی
	جذب استفاده از فن‌آوری	میزان استفاده از فن‌آوری در منطقه
		قابلیت جذب فناوری‌های جدید توسط کسب‌وکارها
	سرمایه انسانی	گذراندن آموزش‌های سطح دانشگاهی، فنی و حرفه‌ای و مهارتی توسط کارآفرینان
		استفاده از آموزش‌های مناسب کسب‌وکار

رقابت	جابه‌جایی آزادند نیروی کار در بازار
	ارائه محصولات و خدمات منحصربه‌فرد
نوآوری محصول	ورود به بازار از طریق محصولات و خدمات منحصربه‌فرد
	توسعه محصولات جدید
نوآوری فرآیند	ایجاد فن‌آوری جدید
	استفاده کسب‌وکارها از فن‌آوری جدید
رشد بالا	دسترسی به سرمایه‌های انسانی
	رشد کسب‌وکارها
بین‌المللی سازی	ظرفیت راهبردی کسب‌وکارها دستیابی به رشد
	امکان ورود به بازارهای جهانی
ریسک سرمایه	برخورداری منطقه در زمینه تولید ایده‌های جدید با ارزش اقتصادی در مقیاس جهانی
	وجود سرمایه‌گذار
	ریسک مالی و بازار

استیاق کارآفرینانه

منبع: اقتباس از شاخص‌های جهانی کارآفرینی (بومی‌شده در سطح منطقه مورد مطالعه)

برای سنجش «جریان‌های گردشگری»، سه نوع جریان گردشگر، کالا و سرمایه با ۸ شاخص تعریف شد. داده‌های این شاخص‌ها بر اساس اطلاعات نهادهای رسمی و مصاحبه با دهیاران، کارآفرینان و گردشگران جمع‌آوری و کمی‌سازی گردید. جدول ۲ شاخص‌ها و گویه‌های مرتبط را نشان می‌دهد.

جدول ۲. متغیر جریان‌های گردشگری

جریان	شاخص
گردشگر	تعداد گردشگر
	نوع گردشگر (محلی، ملی و بین‌المللی)
سرمایه	میزان سرمایه‌گذاری (تومان)
	نوع سرمایه‌گذار (محلی، ملی و بین‌المللی)
کالاهای ویژه گردشگری	کالاهای مورد استفاده توسط گردشگران از منطقه (اقامتگاه، خوراکی و مواد غذایی، سوغاتی یا محصولات محلی، خرده‌فروشی (تنقلات پفک، چیپس و...)، میوه‌فروشی، آبمیوه و بستنی‌فروشی، نانوايي، قصابي، عكاسي، مکانیکی، اغذیه‌فروشی/ساندویچی، کبابی و رستوران، آشپزخانه و پارکینگ)
	میزان رضایت از کالاهای گردشگری
	میزان متوسط درآمد کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری

منبع: (داداش پور و تدین، ۱۳۹۴)، (رومیانی، ۱۳۹۶)، (Gallego, et al., 2015)، (Marrocu & Paci, 2013)، (Li et al., 2008)

برای سنجش پایایی، پرسشنامه ابتدا بر روی یک نمونه تصادفی ۳۰ نفره اجرا شد و مقدار آلفای کرونباخ برای هر پرسش محاسبه گردید. سپس گویه‌هایی که توان افتراق کمی داشتند حذف و سؤالات مناسب انتخاب شدند. در نهایت، پرسشنامه‌های نهایی به‌طور جداگانه آزمون شدند و همگی با ضریب آلفای بالاتر از ۰,۷، معتبر و پایا تشخیص داده شدند؛ بنابراین پرسشنامه‌های پژوهش از پایایی بسیار مطلوبی برخوردار هستند.

جدول ۳. پایایی پرسشنامه

متغیر/ ابعاد	گرایش کارآفرینانه	توانایی کارآفرینانه	استیاق کارآفرینانه	جریان گردشگری	کارآفرینی گردشگری
آلفای کرونباخ	۰/۸۰	۰/۹۱	۰/۸۶	۰/۹۳	۰/۹۰

در این پژوهش، برای تحلیل داده‌ها از آزمون تی تک‌نمونه‌ای، همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی جهت سنجش میانگین شاخص‌ها، روابط بین متغیرها و میزان تأثیر گردشگری بر کارآفرینی استفاده شد. همچنین تحلیل فضایی با بهره‌گیری از مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره Merec و Marcos و روش Natural Breaks (Jenks) در محیط GIS انجام گرفت.

محدوده مورد مطالعه

در این پژوهش، برای عملیاتی‌سازی مطالعه، حوزه نفوذ گردشگری شهر مشهد به‌عنوان منطقه مورد بررسی انتخاب شد؛ زیرا مشهد با جذب سالانه میلیون‌ها زائر و گردشگر، نقش مهمی در رونق گردشگری روستایی اطراف خود دارد. انتخاب جاذبه‌ها توسط گردشگران تحت تأثیر عواملی مانند ارزش جاذبه، فاصله تا مشهد و کیفیت مسیر است. برای تعیین حوزه نفوذ، از الگوی اصلاح‌شده راپرت استفاده شد که شعاع حوزه نفوذ را بر اساس فاصله مناسب و جمعیت محاسبه می‌کند. با توجه به تفاوت ورودی‌های مشهد از نظر حجم گردشگر، تعداد جاذبه‌ها و کیفیت مسیر، فرمول راپرت با تعیین وزن برای هر ورودی تعدیل گردید. در نهایت، حوزه نفوذ گردشگری هر ورودی به‌طور جداگانه محاسبه و سپس با بهره‌گیری از نرم‌افزار ArcGIS، محدوده نهایی حوزه نفوذ تعیین شد (Mahmoodi et al., 2025: 9). در ادامه با توجه به جدول (۴) تعداد کل روستاهایی که دارای جاذبه گردشگری در حوزه نفوذ گردشگری شهر مشهد هستند، ۱۶۷ روستا می‌باشند.

جدول ۴. تعداد روستاهای دارای جاذبه‌های گردشگری

جاذبه تاریخی- فرهنگی	جاذبه مذهبی	جاذبه طبیعی	مجموع روستاهای دارای جاذبه
۴۵	۴۶	۱۲۸	۱۶۷

منبع: سازمان میراث فرهنگی، گردشگری، سایت امام زادگان سازمان اوقاف و امور خیریه، ۱۳۹۷

برای تعیین تعداد روستاهای نمونه، از فرمول n_0 استفاده شد که بر اساس ۱۶۷ روستای گردشگری منطقه، تعداد ۲۲ روستا را به‌عنوان نمونه مشخص کرد. در مرحله انتخاب، روستاهایی برگزیده شدند که بیش از یک جاذبه گردشگری داشته و میزان جذب گردشگر در آن‌ها بالا بود.

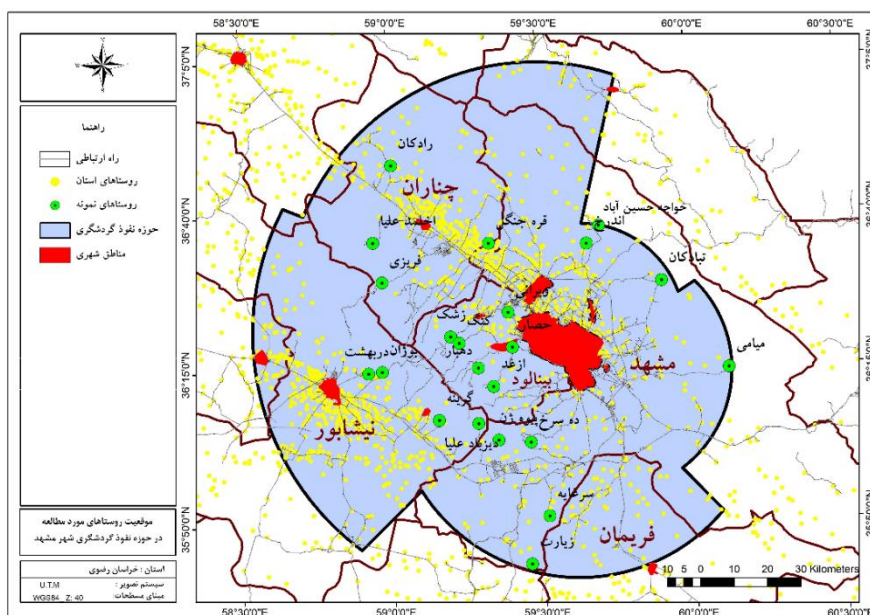
1. <http://emamzadegan.ir>

$$^2 N_0 = 1/d^2 = 1/0.2^2$$

$$n = \frac{n_0}{1+n_0/N}$$

$$167 = N$$

تعداد روستاهای دارای گردشگر ۱۶۷



شکل ۱. موقعیت روستاهای مورد مطالعه در حوزه نفوذ گردشگری شهر مشهد

یافته‌ها

در مرحله اول در این پژوهش به بررسی میانگین شاخص‌های متغیر کارآفرینی گردشگری پرداخته شده است، لذا با توجه به نرمال بودن و فاصله‌ای بودن شاخص‌ها (به دلیل کامپیوت نمودن گویه‌ها) و داشتن میانه نظری عدد ۳ اقدام به بررسی میانگین شاخص‌ها از طریق آزمون تی تک نمونه‌ای شده است. نتایج آزمون مورد نظر نشان می‌دهد که در تمام شاخص‌ها میانگین واقعی نظر کل پاسخگویان از ۳ بزرگ‌تر و در حد متوسط به بالا است و با توجه به میزان معناداری به دست آمده که برای تمام شاخص‌ها کمتر از ۰/۰۵ است لذا نتایج بررسی میانگین این شاخص‌ها معنادار بوده و قابل تعمیم به کل جامعه است. همچنین حد بالا و پایین تمام شاخص‌ها مثبت بوده است بدین معنی که میانگین شاخص‌های متغیر مورد بررسی در جامعه مورد تحقیق در این شاخص‌ها بیشتر از مقدار مورد آزمون می‌باشد که این نتیجه گویای این می‌باشد که این شاخص‌ها در روستاهای گردشگر پذیر حوزه نفوذ گردشگری شهر مشهد تأثیرگذاری مثبتی بر رونق کارآفرینی گردشگری دارند. بنابراین با توجه به آنچه در جدول مذکور قابل مشاهده می‌باشد مؤثرترین شاخص بر رونق کارآفرینی گردشگری از نظر کارآفرینان شاخص گرایش کارآفرینانه می‌باشد. همچنین میانگین شاخص جریان گردشگری نیز ۲/۶۹ می‌باشد و با توجه به نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای میانگین در حد متوسط می‌باشد.

جدول ۵. بررسی میانگین شاخص‌های متغیر کارآفرینی گردشگری

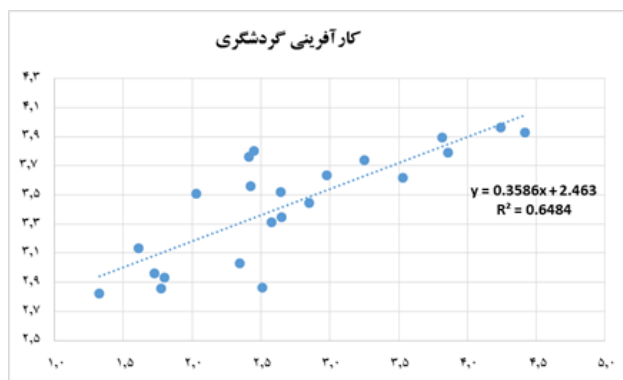
شاخص و متغیرهای تحقیق	میانگین	انحراف معیار	آماره T	میزان معناداری	اختلاف از میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪
					پایین‌تر	بالا‌تر
گرایش کارآفرینانه	۳/۵۴	۰/۳۶	۷/۰۹	۰/۰۰	۰/۵۴	۰/۳۸
توانایی کارآفرینانه	۳/۴۵	۰/۵۸	۳/۶۸	۰/۰۰	۰/۴۵	۰/۲۰
اشتیاق کارآفرینانه	۳/۳۲	۰/۳۷	۴/۱۰	۰/۰۰	۰/۳۲	۰/۱۶
جریان گردشگری	۲/۶۹	۰/۸۶	-۱/۶۸	۰/۱۱	-۰/۳۱	-۰/۶۹
کارآفرینی گردشگری	۳/۴۳	۰/۳۸	۵/۲۳	۰/۰۰	۰/۴۳	۰/۲۶

در ادامه به بررسی میزان همبستگی بین جریان گردشگری با کارآفرینی گردشگری در بین روستاهای نمونه پرداخته شده است. نتایج همبستگی با استفاده از نرم‌افزار spss نشان داد مقدار جریان گردشگری با هر سه شاخص کارآفرینی گردشگری (گرایش کارآفرینانه، توانایی کارآفرینانه و اشتیاق کارآفرینانه) رابطه معنادار مستقیم و قوی وجود دارد. لذا کارآفرینی گردشگری رابطه معنادار قوی نیز با جریان‌های گردشگری دارد به‌طوری‌که با تقویت جریان‌های گردشگری در منطقه مورد مطالعه کارآفرینی گردشگری نیز افزایش می‌یابد.

جدول ۶. نتایج همبستگی بین جریان گردشگری با متغیر کارآفرینی گردشگری بالفعل در بین روستاهای نمونه

همبستگی پیرسون	گرایش کارآفرینانه	توانایی کارآفرینانه	اشتیاق کارآفرینانه
جریان گردشگری	۰/۶۵۷	۰/۷۵۶	۰/۷۳۰
آماره پیرسون	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
میزان معناداری			

نتایج تحلیل رگرسیونی بین جریان گردشگری و شاخص‌های کارآفرینی گردشگری در روستاهای مورد مطالعه نشان‌دهنده وجود رابطه‌ای مثبت و نسبتاً قوی بین این دو متغیر است ($R^2 = ۰/۶۴$, $R = ۰/۸۱$). این بدان معناست که حدود ۶۴ درصد از تغییرات کارآفرینی گردشگری می‌تواند با شدت جریان‌های گردشگری تبیین شود. با این حال، داده‌ها نشان می‌دهد که این رابطه همواره خطی یا یک‌دست نبوده و عوامل دیگری مانند ظرفیت‌های محیطی و نگرش اجتماعی نیز در تعدیل این رابطه مؤثر هستند. برای مثال، روستاهای میامی، رادکان و اخلمد که جریان بالای گردشگر دارند، دارای سطح بالاتری از فعالیت‌های کارآفرینانه گردشگری نیز هستند. در مقابل، دو روستای پیوه‌ژن و ازغد با وجود جریان نسبتاً محدود گردشگری، کارآفرینی بالاتری را نشان می‌دهند. این وضعیت را می‌توان ناشی از ظرفیت‌های محیطی و کشاورزی متمایز این دو روستا دانست که به واسطه باغ‌های میوه، گیاهان دارویی و منابع طبیعی، بستر مناسبی برای ترکیب گردشگری با فعالیت‌های کشاورزی و در نتیجه ایجاد اشکال جدیدی از کارآفرینی (مانند گردشگری مزرعه، تولید محصولات محلی، فروشگاه‌های گیاهی و...) فراهم آورده‌اند. در اینجا کشاورزی به‌عنوان مزیت محیطی عمل کرده که کارآفرینی را در بستر گردشگری تقویت کرده است، نه جایگزین آن. همچنین، روستای دربهبشت با وجود برخورداری از سطح بالاتر ورود گردشگر نسبت به برخی دیگر از روستاها (مانند خواجه‌حسین‌آباد یا اندرخ)، از نرخ پایین‌تری از کارآفرینی برخوردار است. مصاحبه‌های میدانی با ساکنان این روستا نشان می‌دهد که علت این موضوع، وابستگی تاریخی بالای این روستا به فعالیت‌های کشاورزی سنتی و دامداری بوده که باعث شده ساختار اجتماعی-اقتصادی آن نسبت به نوآوری و پذیرش کسب‌وکارهای جدید گردشگری مقاومت بیشتری نشان دهد. بنابراین، داده‌ها نشان می‌دهند که جریان گردشگری به‌تنهایی عامل کافی برای ارتقای کارآفرینی گردشگری نیست، بلکه ترکیب این جریان با ظرفیت‌های محیطی، فرهنگی و اجتماعی و نحوه واکنش جامعه محلی به فرصت‌های جدید، در شکل‌گیری یا عدم شکل‌گیری کارآفرینی مؤثر است.



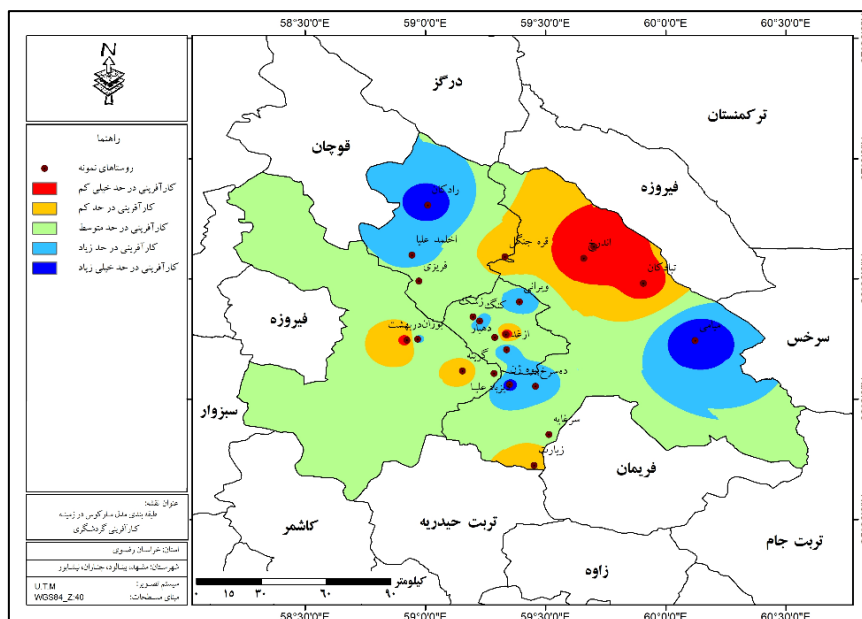
شکل ۲. خط رگرسیون جریان گردشگری با متغیر کارآفرینی گردشگری بالفعل در بین روستاهای نمونه

برای تحلیل فضایی کارآفرینی گردشگری در سطح سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه از مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره استفاده شده است. نتایج رتبه‌بندی مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره به وسیله دو تکنیک Marcos و Merce برای روستاهای مورد مطالعه در زمینه کارآفرینی گردشگری نشان داد از نظر کارآفرینان بالاترین رتبه در زمینه کارآفرینی گردشگری متعلق به روستای میامی و پایین‌ترین رتبه نیز متعلق به روستای اندرخ می‌باشد.

جدول ۷. نتایج مدل مارکوس در زمینه کارآفرینی گردشگری روستاهای نمونه

روستا	Si	F(K)	رتبه	روستا	Si	F(K)	رتبه
اخلمدعلیا	۰/۷۹	۰/۷۳	۷	رادکان	۰/۸۴	۰/۷۸	۲
ازغد	۰/۸	۰/۷۴	۶	زشک	۰/۷۳	۰/۶۷	۱۱
اندرخ	۰/۵۹	۰/۵۵	۲۲	زیارت	۰/۶۴	۰/۶	۱۷
بوژان	۰/۷۸	۰/۷۲	۸	سرغایه	۰/۷۱	۰/۶۶	۱۳
پیوه ژن	۰/۸۳	۰/۷۷	۳	فریزی	۰/۷۱	۰/۶۶	۱۴
تبادکان	۰/۶۳	۰/۵۸	۱۸	قره جنگل	۰/۶۵	۰/۶	۱۶
خواجه حسین‌آباد	۰/۶۱	۰/۵۶	۲۰	کلاته آهن	۰/۶۱	۰/۵۶	۲۱
در بهشت	۰/۶۱	۰/۵۷	۱۹	کنگ	۰/۸	۰/۷۴	۵
دهبار	۰/۷۶	۰/۷	۱۰	گرینه	۰/۶۵	۰/۶۱	۱۵
دهسرخ	۰/۷۷	۰/۷۱	۹	میامی	۰/۸۶	۰/۸	۱
دیزباد علیا	۰/۷۲	۰/۶۷	۱۲	ویرانی	۰/۸	۰/۷۴	۴

همچنین در جهت طبقه‌بندی نتایج مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره روستاهای مورد مطالعه در زمینه کارآفرینی گردشگری از روش natural breaks (Jenks) در نرم‌افزار GIS استفاده شده است. نتایج طبقه‌بندی روستاهای مورد مطالعه با استفاده از روش Jenks نشان داد که روستای میامی، رادکان و پیوه‌ژن در بهترین وضعیت و روستاهای تبادکان، در بهشت، خواجه حسین‌آباد، کلاته آهن و اندرخ در بدترین وضعیت از نظر کارآفرینان به عنوان کارآفرینان بالفعل قرار دارند.



شکل ۳. طبقه‌بندی مدل Marcos در زمینه کارآفرینی گردشگری

منبع: ترسیم نگارنده بر اساس نقشه پایه استانداری خراسان رضوی، ۱۴۰۰

برای بررسی رابطه بین مقدار مدل Marcos کارآفرینی گردشگری و متغیرهای مکانی-فضایی، بسته به نرمال یا غیر نرمال بودن داده‌ها، از آزمون همبستگی پیرسون و اسپیرمن در نرم‌افزار SPSS استفاده شد. نتایج نشان داد که بین مقدار مدل Marcos و شاخص‌هایی مانند بارش، ارتفاع، درصد باسوادی، درجه جوانی، نسبت جنسی و بعد خانوار، رابطه‌ای بسیار قوی و معنادار وجود دارد. این متغیرها به‌ویژه بر آمادگی اجتماعی-جمعیتی جوامع برای مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه اثرگذارند. همچنین بین مقدار مدل Marcos و شاخص‌هایی نظیر برخورداری از زیرساخت‌ها، خدمات اقامتی و پذیرایی، دسترسی‌پذیری و جمعیت، رابطه قوی مشاهده شد که بیانگر اهمیت زیرساخت‌ها در توانمندسازی گردشگری و تقویت کارآفرینی محلی است. در مقابل، رابطه‌ای متوسط با تعداد جاذبه‌ها، نوع اقلیم و شیب زمین و رابطه‌ای ناچیز یا فاقد معناداری با فاصله تا منابع آب به دست آمد. این نتایج نشان می‌دهد که توسعه کارآفرینی در گردشگری، نیازمند هم‌زمانی عوامل محیطی، خدماتی و اجتماعی است و صرف وجود جاذبه یا منابع طبیعی کافی نیست. در مجموع، نتایج تحلیل آماری نشان می‌دهد که رشد کارآفرینی گردشگری تابعی از ترکیب عوامل محیطی (مانند اقلیم و ارتفاع)، عوامل جمعیتی-اجتماعی (مانند باسوادی و ساختار سنی)، و عوامل زیرساختی و خدماتی (مانند دسترسی و امکانات اقامت و پذیرایی) است. بنابراین، صرفاً تمرکز بر یکی از این ابعاد کافی نیست و رویکردی تلفیقی برای تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی در حوزه گردشگری روستایی ضروری است.

جدول ۸. نتایج همبستگی بین مقدار مدل MARCOS کارآفرینی گردشگری با عوامل مکانی-فضایی

ابعاد	شاخص	نوع آزمون	R	Sig	نتیجه آزمون
کالبدی	برخورداری از خدمات زیرساختی	پیرسون	۰/۷۶	۰/۰۰	معنادار قوی
	برخورداری از خدمات پذیرایی	اسپیرمن	۰/۶۲	۰/۰۰	معنادار قوی
	برخورداری از خدمات اقامتی	اسپیرمن	۰/۶۱	۰/۰۰	معنادار قوی
	دسترسی‌پذیری	اسپیرمن	۰/۷۷	۰/۰۰	معنادار قوی
	تعداد جاذبه‌ها	اسپیرمن	۰/۵۷	۰/۰۱	معنادار متوسط
	فاصله تا منابع آب	اسپیرمن	۰/۲۴	۰/۲۸	عدم رابطه

طبیعی	درجه حرارت	اسپیرمن	۰/۷۰	۰/۰۰	معنادر قوی
	بارش	پیرسون	۰/۹۰	۰/۰۰	معنادر خیلی قوی
	نوع اقلیم	پیرسون	۰/۵۰	۰/۰۲	معنادر متوسط
	ارتفاع (متر)	پیرسون	۰/۸۲	۰/۰۰	معنادر خیلی قوی
اجتماعی - اقتصادی	شیب	اسپیرمن	۰/۵۸	۰/۰۱	معنادر متوسط
	درصد باسوادی	پیرسون	۰/۸۹	۰/۰۰	معنادر خیلی قوی
	درجه جوانی	پیرسون	۰/۸۰	۰/۰۰	معنادر خیلی قوی
	نسبت جنسی	پیرسون	۰/۸۸	۰/۰۰	معنادر خیلی قوی
	بارتکفل	پیرسون	۰/۶۶	۰/۰۰	معنادر قوی
	جمعیت ۹۵	پیرسون	۰/۶۴	۰/۰۰	معنادر قوی
	بعد خانوار	اسپیرمن	۰/۸۷	۰/۰۰	معنادر خیلی قوی

بحث

کارآفرینی گردشگری یکی از محرک‌های مهم توسعه اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی روستاهاست و تقویت آن نیازمند سرمایه‌گذاری، آموزش و مشوق‌های حمایتی است. بهره‌گیری از ظرفیت‌های محیطی و انسانی و الگوهای مدیریتی نوین می‌تواند به ایجاد بازارهای جدید و توسعه گردشگری پایدار کمک کند. چالش‌هایی همچون ناآشنایی روستاییان با فرصت‌های کارآفرینی و کمبود زیرساخت‌ها نیز از طریق راهبردهای کارآفرینی غیر کشاورزی قابل‌رفع است. در نتیجه، کارآفرینی گردشگری با ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و کاهش مهاجرت روستاییان، به ارتقای رفاه و امنیت اجتماعی منجر می‌شود. یافته‌ها نشان می‌دهد جریان‌های گردشگری نقشی تعیین‌کننده در پویایی کارآفرینی گردشگری در حوزه نفوذ مشهد دارند. شاخص‌های کارآفرینی در سطح متوسط به بالا قرار دارند و «گرایش کارآفرینانه» اثرگذارترین شاخص بوده است، درحالی‌که سطح متوسط جریان گردشگری بیانگر نیاز به سیاست‌های تقویتی بیشتر است. نتایج همبستگی و رگرسیون نشان داد جریان گردشگری تأثیر قوی و معناداری بر گرایش، توانایی و اشتیاق کارآفرینانه دارد ($R=0.81$). با این حال، تفاوت‌های مکانی وجود دارد؛ روستاهایی مانند پیوه‌ژن و ازغد با وجود جریان ضعیف گردشگری، به دلیل بهره‌برداری مؤثر از منابع طبیعی، سطح بالایی از کارآفرینی دارند، درحالی‌که دربخت باوجود جریان قوی گردشگر، به علت وابستگی سنتی به کشاورزی، عملکرد پایین‌تری نشان داده است. تحلیل فضایی با مدل‌های MEREC و MARCOS نیز نشان می‌دهد که روستاهای میامی، رادکان و پیوه‌ژن بالاترین سطح کارآفرینی گردشگری را دارند و روستاهای تبادکان، دربخت، خواجه حسین‌آباد، کلاته آهن و اندرخ در پایین‌ترین رده قرار گرفته‌اند. عوامل محیطی، زیرساختی و اجتماعی مانند بارش، ارتفاع، باسوادی، جوانی جمعیت، خدمات زیرساختی، اقامتی و دسترسی‌پذیری نقش مهمی در تفاوت سطح کارآفرینی میان روستاها ایفا می‌کنند.

نتیجه‌گیری

در مجموع، توسعه کارآفرینی گردشگری در روستاهای حوزه نفوذ مشهد نه تنها وابسته به میزان ورود گردشگران است، بلکه به شدت تحت تأثیر عوامل زیرساختی، اجتماعی و اقتصادی نیز قرار دارد. برخی روستاها باوجود ظرفیت‌های بالقوه گردشگری، به دلیل کمبود زیرساخت‌ها، ضعف حمایت‌های دولتی و مقاومت فرهنگی، نتوانسته‌اند از این فرصت بهره‌برداری کنند؛ درحالی‌که برخی دیگر با استفاده از منابع طبیعی و قابلیت‌های محلی توانسته‌اند کارآفرینی موفق‌تری ایجاد نمایند.

یافته‌های پژوهش حاضر با مطالعات پیشین ازجمله حبیبی کوشکوهی و همکاران (۱۳۹۸)، جافر و همکاران (۲۰۱۵)، یاسوری و وطنخواه کلزوری (۱۳۹۴)، مودودی و همکاران (۱۴۰۱)، زنگ و همکاران (۲۰۲۴) و قادری و همکاران (۱۴۰۲) همسو است و تأکید دارد که توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی نتیجه تعامل پیچیده‌ای میان جریان‌های گردشگری، زیرساخت‌های حمایتی، سیاست‌های مدیریتی، سرمایه اجتماعی و ظرفیت‌های محیطی است.

جریان‌های گردشگری از طریق انتقال سرمایه، خدمات و اطلاعات، زمینه را برای شکل‌گیری کسب‌وکارهای محلی فراهم کرده و با تحریک فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با اقامت، پذیرایی و صنایع دستی، مستقیماً به رشد کارآفرینی کمک می‌کنند. در کنار آن، تعاملات اجتماعی و فرهنگی ناشی از حضور گردشگران موجب افزایش سرمایه اجتماعی و پذیرش نوآوری در جوامع محلی می‌شود.

در نهایت، نتایج این تحقیق بر ضرورت رویکردی جامع و چندبعدی برای تقویت کارآفرینی گردشگری در مناطق روستایی تأکید دارد؛ رویکردی که به‌صورت هم‌زمان جریان‌های گردشگری، ظرفیت‌های محیطی، سرمایه‌های اجتماعی و سیاست‌های حمایتی را در نظر گیرد تا بتواند توسعه پایدار و فراگیر در این مناطق را تضمین کند.

با توجه به این نتایج، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان گردشگری بر سه محور اصلی تمرکز کنند:

- افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری شامل بهبود دسترسی، توسعه اقامتگاه‌ها و تقویت خدمات پذیرایی و تفریحی در روستاهای دارای ظرفیت بالا؛

- توسعه برنامه‌های آموزشی و مشاوره‌ای برای توانمندسازی جوامع محلی در راستای ایجاد و مدیریت کسب‌وکارهای گردشگری؛

- ارائه مشوق‌های مالی و حمایت‌های دولتی به کارآفرینان محلی جهت کاهش موانع اقتصادی و تشویق نوآوری در حوزه گردشگری.

حامی مالی

این اثر حامی مالی نداشته است.

سهم نویسندگان در پژوهش

نویسندگان در تمام مراحل و بخش‌های انجام پژوهش سهم برابر داشتند.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان از همه کسانی که در انجام این پژوهش به ما یاری رساندند، به‌ویژه کسانی که کار ارزیابی کیفیت مقالات را انجام دادند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

بهرامی، رحمت‌الله. (۱۳۸۹). چالش‌های عمده توسعه روستایی (مطالعه موردی استان کردستان). *فصلنامه تحقیقات جغرافیایی*، ۲۵، (۳)، ۱۴۲-۱۲۵.

- پورروحانی، ماجده؛ پورجعفر، محمدرضا و یدقار، علی. (۱۳۹۵). اهداف، ارکان و الزامات برنامه‌ریزی گردشگری روستایی با تأکید بر بوم - گردشگری، نمونه مطالعاتی: روستای شیاده، شهرستان بابل. *مجله مسکن و محیط*، ۳۵ (۱۵۵)، ۱۲۶-۱۰۹.
- حبیبی کوشکوهی، حسن؛ منشی‌زاده، رحمت اله و رضویان، محمدتقی. (۱۳۹۸). تبیین نقش گردشگری در کارآفرینی نواحی روستایی (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان املش و رودسر). *مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی (چشم‌انداز جغرافیایی)*، ۱۴ (۲)، ۳۰۵-۳۱۹. <https://doi.org/10.30488/gps.2020.200679.3097>
- حیدری، علی‌اکبر؛ روشن، سید علیقلی و نادری، نادر. (۱۳۹۸). تأثیر بازاریابی گردشگری (آمیخته محل و مردم) بر توسعه کارآفرینی روستایی منطقه ریجاب استان کرمانشاه. *پژوهش‌های روستائی*، ۱۰ (۴)، ۵۸۲-۵۹۵. <https://doi.org/10.22059/jrur.2019.280936.1358>
- داداش پور، هاشم و تدین، سپیده. (۱۳۹۴). شناسایی پهنه‌های همگن جریانی بر اساس جابجایی‌های فضایی و الگوهای سفر مطالعه موردی: منطقه کلان‌شهری تهران. *فصلنامه مطالعات شهری*، ۱۴ (۱۴)، ۶۱-۷۶.
- دادورخانی، فضیله؛ رضوانی، محمدرضا؛ ایمنی قشلاق، سیاوش و بوزرحمهری، خدیجه. (۱۳۹۲). تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکندران شهرستان اسکو). *مجله پژوهش‌های جغرافیایی انسانی*، ۷۸ (۷۸)، ۱۶۹-۱۹۶.
- ذبیحی، اسماعیل. (۱۳۹۵). *طراحی مدل بازاریابی گردشگری ورزشی استان مازندران*. رساله دکتری، دانشگاه مازندران، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، مازندران.
- رومیانی، احمد؛ شایان، حمید؛ دهبانژاد، اکبر و روشنایی، حامد. (۱۳۹۶). سرمایه‌گذاری خانوادگی با منشأ شهری، راهبری برای توسعه پایدار روستایی، مطالعه موردی: دهستان صائین قلعه شهرستان ابهر. *مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، ۱۵ (۲)، ۴۴-۲۱. <https://doi.org/10.22067/geography.v15i2.47495>
- قادری، اسماعیل؛ کیائی، بتول؛ فقیهی، ابوالحسن و محمودزاده، سیدمجتبی. (۱۴۰۲). حکمرانی مقصد گردشگری با رویکردی کارآفرینانه. *گردشگری و توسعه*، ۱۲ (۳)، ۴۳-۵۸. <https://doi.org/10.22034/jtd.2022.354416.2646>
- قدیری معصوم، مجتبی؛ باغیانی، حمیدرضا و نورانی، حمیده. (۱۳۹۱). نقش گردشگری روستایی در روابط شهر و روستا در شهرستان طالقان. *برنامه‌ریزی فضایی*، ۲ (۱)، ۴۸-۲۷. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22287485.1391.2.1.2.2>
- محمدی یگانه، بهروز؛ عینالی، جمشید و بیگدلی، اعظم. (۱۳۹۳). نقش کارآفرینی در توسعه مناطق با تأکید بر گردشگری، مورد: دهستان حصار ولیعصر، شهرستان اوج. *فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۶ (۲۱)، ۲۰۴-۱۹۳. <https://dori.net/dor/20.1001.1.22516735.1395.6.21.15.3>
- ملاشاهی، غلامعباس و تبریزی دوخت فرد. (۱۳۹۳). اهمیت کارآفرینی و نقش آن در توسعه جوامع روستایی. *مجموعه مقالات همایش ملی جهاد اقتصادی و تولید ثروت*.
- یاسوری، مجید و وطنخواه کلزوری، ژیلا. (۱۳۹۴). نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی (دهستان گورابیس شهرستان فومن). *مجله مطالعات جغرافیایی مناطق خشک*، ۶ (۲۰)، ۴۶-۵۹.
- عنابستانی، علی اکبر و محمودی، حمیده. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر گردشگری مذهبی بر ارتقاء کیفیت زندگی روستاییان (مطالعه موردی: حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۵ (۱۸)، ۹۷-۱۱۸.

References

- Alrawadieh, Z., Altinay, L., Cetin, G., & Şimşek, D. (2021). The interface between hospitality and tourism entrepreneurship, integration and well-being: A study of refugee entrepreneurs. *International Journal of Hospitality Management*, 97, 103013. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103013>
- Anabestani, A., & Mahmoodi, H. (2016). The effects of religious tourism on improvement of rural life quality (Case study: Rural areas of Mashhad). *Journal of Tourism Planning and Development*, 5(18), 97-118. [in Persian]

- Ateljevic, J. (2008). Tourism entrepreneurship and regional development: Example from New Zealand. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15(3). <https://doi.org/10.1108/13552550910957355>
- Bahrami, R. (2010). Major challenges of rural development: A case study of Kurdistan Province. *Geographical Research Quarterly*, 25(3), 125-142. [in Persian]
- Besculides, A., Lee, M. E., & McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303-319. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00066-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00066-4)
- Bujdosó, Z., Dávid, L., Tózsér, A., Kovács, G., Major-Kathi, V., Uakhitova, G., ... & Vasvári, M. (2015). Basis of heritagization and cultural tourism development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188, 307-315. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.399>
- Byrd, E., Bosley, H., & Dronberger, M. (2009). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30(1), 693-703. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.10.021>
- Coccossis, H. (2008). Cultural heritage, local resources and sustainable tourism. *International Journal of Services Technology and Management*, 10(1), 8-14. <https://doi.org/10.1504/IJSTM.2008.02034>
- Dadashpoor, H., & Tadayon, S. (2015). Identification of the homogeneous flow zones based on spatial motilities and trip patterns in Tehran Metropolitan Region. *Motaleate Shahri*, 14(14), 61-76. [in Persian]
- Dadvarkhani, F., Rezvani, M. R., Imani Gheshlagh, S., & Bozorgmehri, K. (2013). Analysis of the role of tourism in developing entrepreneurial characteristics and orientation among rural youth: Case study of Kandovan and Eskandan villages, Osku County. *Journal of Human Geography Research*, 78(78), 169-196. [in Persian]
- Figueiredo, E., & Raschi, A. (2013). Trekking out of the crisis: Is there a role for rural tourism? *Working Group Number 17, XXV ESRS Congress*, Florence, Italy. <http://www.florenceesrs2013.com>
- Gallego, M. S., Ledesma-Rodriguez, F. J., & Pérez-Rodriguez, J. V. (2015). International trade and tourism flows: An extension of the gravity model. *Economic Modelling*, 52, 1026-1033. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2015.10.043>
- García, M. Á., González-Rodríguez, M. R., & Vega-Vázquez, M. (2019). Does sun-and-sea all-inclusive tourism contribute to poverty alleviation and/or income inequality reduction? The case of the Dominican Republic. *Journal of Travel Research*, 58(6), 995-1013. <https://doi.org/10.1177/0047287518789272>
- Getz, D., & Petersen, T. (2005). Growth and profit-oriented entrepreneurship among family business owners in the tourism and hospitality industry. *Hospitality Management*, 24. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2004.06.007>
- Ghadiri, E., Kiaei, B., Faghihi, A., & Mahmoudzadeh, S. M. (2023). Destination governance with an entrepreneurial approach. *Tourism and Development*, 12(3), 43-58. <https://doi.org/10.22034/jtd.2022.354416.2646> [in Persian]
- Ghadiri Masoum, M., Baghiyani, H. R., & Noorani, H. (2012). The role of rural tourism in urban-rural relations in Taleqan County. *Journal of Spatial Planning*, 2(1), 27-48. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22287485.1391.2.1.2.2> [in Persian]
- Guo, Y., Zhang, J., Zhang, Y., & Zheng, C. (2018). Examining the relationship between social capital and community residents' perceived resilience in tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 973-986. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1428335>
- Habibi Kaveshkouhi, H., Monshizade, R., & Razavian, M. T. (2021). Survey of rural tourism status and its role in rural development with emphasis on entrepreneurship (Case study: The villages of Amlash and Rudsar). *Geographical Planning of Space Quarterly Journal*, 14(2), 305-319. <https://doi.org/10.30488/gps.2020.200679.3097> [in Persian]
- Heidary, A. A., Rowshan, S. A., & Naderi, N. (2020). The effect of tourism marketing (local mixture and people) on the development of rural entrepreneurship in Rijab Region of Kermanshah Province. *Journal of Rural Research*, 10(4), 582-595. <https://doi.org/10.22059/jrur.2019.280936.1358> [in Persian]

- Jaafar, M., Rasoolimanesh, S. M., & Tuan Lonik, K. A. (2015). Tourism growth and entrepreneurship: Empirical analysis of development of rural highlands. *Tourism Management Perspectives*, 14, 17-24. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.02.001>
- Jian, H., Pan, H., Xiong, G., & Lin, X. (2016). The impacts of civil airport layout to Yunnan local tourism industry. *World Conference on Transport Research - WCTR 2016 Shanghai*, 10-15. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2017.05.383>
- Jin, C., Cheng, J., Xu, J., & Huang, Z. (2018). Self-driving tourism induced carbon emission flows and its determinants in well-developed regions: A case study of Jiangsu Province, China. *Journal of Cleaner Production*, 186(10), 191-202. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.03.128>
- Li, X., Meng, F., & Uysal, M. (2008). Spatial pattern of tourist flows among the Asia-Pacific countries: An examination over a decade. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13(3), 229-243. <https://doi.org/10.1080/10941660802280323>
- Liu, B., Huang, S., & Fu, H. (2017). An application of network analysis on tourist attractions: The case of Xinjiang, China. *Tourism Management*, 58, 132-141. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.009>
- Lordkipanidze, M. (2002). *Enhancing entrepreneurship in rural tourism for sustainable regional development: The case of Söderslätt region, Sweden*. International Institute for Industrial Environmental Economics, Lund University. [http://www.iiee.lu.se/Publication.nsf/\\$webAll/B5D2127CFCFB6D78C1256CCC002E912C/\\$FILE/Report_2002_10.pdf](http://www.iiee.lu.se/Publication.nsf/$webAll/B5D2127CFCFB6D78C1256CCC002E912C/$FILE/Report_2002_10.pdf)
- Mahmoodi, H., Shayan, H., Sojasi Qeidari, H., Sadeghloo, T., & Minaei, M. (2022). Spatial analysis of tourism development potential of tourism destination villages (Case study: Mashhad tourism sphere of influence). *Journal of Research and Rural Planning*, 11(2), 1-22. <https://doi.org/10.22067/jrrp.v11i2.87483>
- Marrocu, E., & Paci, R. (2013). Different tourists to different destinations. Evidence from spatial interaction models. *Tourism Management*, 39, 71-83. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.009>
- McKercher, B., & Lew, A. A. (2004). *Tourist flows and the spatial distribution of tourists*. Blackwell Publishing. <https://doi.org/10.1002/9780470752272.ch3>
- Meaza, H., Frankl, A., Poesen, J., Zenebe, A., Deckers, J., Van Eetvelde, V., Demissie, B., Ghebreyohannes Asfaha, T., & Nyssen, J. (2017). Natural resource opportunities and challenges for rural development in marginal grabens: The state of the art with implications for the Rift Valley system in Ethiopia. *Journal of Arid Environments*, 147, 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.jaridenv.2017.08.003>
- Mohammadi Yeganeh, B., Einali, J., & Bigdeli, A. (2014). The role of entrepreneurship in regional development with emphasis on tourism: Case study of Hesar Vali-Asr Rural District, Owj County. *Quarterly Journal of Regional Planning*, 6(21), 193-204. <https://dori.net/dor/20.1001.1.22516735.1395.6.21.15.3> [in Persian]
- Molashahi, G. A., & Tabrizi Dukht Fard. (2014). The importance of entrepreneurship and its role in rural community development. *Quarterly Journal of Agricultural and Natural Resources Engineering*, 12(44), 28-32. [in Persian]
- Moren-Alegret, R., Fatorić, S., Wladyka, D., Mas-Palacios, A., & Lucinda Fonseca, M. (2018). Challenges in achieving sustainability in Iberian rural areas and small towns: Exploring immigrant stakeholders' perceptions in Alentejo, Portugal, and Empordà, Spain. *Journal of Rural Studies*. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.05.005>
- Moscardo, G., Kononov, E., Murphy, L., McGehee, N. G., & Schurmann, A. (2017). Linking tourism to social capital in destination communities. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4), 286-295. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.10.001>
- Pasakarnis, G., Morley, D., & Maliene, V. (2013). Rural development and challenges establishing sustainable land use in Eastern European countries. *Land Use Policy*, 30, 703-710. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2012.05.011>
- Porto, N., & Garbero, N. (2018). Spatial distribution of touristic flows in a gravity model in South America. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 25(1), 39-53. <https://doi.org/10.1108/JTA-02-2018-0005>

- Pourrohani, M., Pourjafar, M. R., & Yadghar, A. (2016). Objectives, elements and necessities of rural tourism planning with emphasis on eco-tourism (Case study: Shiadeh Village, Babol, Iran). *Housing and Environment Journal*, 35(155), 109-126. [in Persian]
- Roumiani, A., Shaygan, H., Dehbanjad, A., & Roshanai, H. (2017). Urban-origin family investment as a driver for sustainable rural development: Case study of Sa'in Qaleh Rural District, Abhar County. *Journal of Geography and Regional Development*, 15(2), 21-44. <https://doi.org/10.22067/geography.v15i2.47495> [in Persian]
- Sharma, G. D., Taheri, B., Cichon, D., Parihar, J. S., & Kharbanda, A. (2024). Using innovation and entrepreneurship for creating edge in service firms: A review research of tourism and hospitality industry. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(4), 100572. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100572>
- Sokhanvara, A., Çiftçioglu, S., & Javid, E. (2018). Another look at tourism-economic development nexus. *Tourism Management Perspectives*, 26, 97-106. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.03.002>
- Sotiriadis, M. (2018). Entrepreneurship and entrepreneurs in tourism. In *The Emerald handbook of entrepreneurship in tourism, travel and hospitality* (pp. 3-17). <https://doi.org/10.1108/9781787435292>
- Xing-zhu, Z., & Qun, W. (2014). Exploratory space-time analysis of inbound tourism flows to China cities. *International Journal of Tourism Research*, 16, 303-312. <https://doi.org/10.1002/jtr.1932>
- Yasouri, M., & Vatan Khah Kalzoori, Z. (2015). The role of tourism in rural women's entrepreneurship development: Case study of Gurabpas Rural District, Fuman County. *Journal of Geographical Studies of Arid Regions*, 6(20). [in Persian]
- Yuxi, Z., & Linsheng, Z. (2020). Identifying conflicts tendency between nature-based tourism development and ecological protection in China. *Ecological Indicators*, 109, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2019.105791>
- Zabihi, E. (2016). *Designing a sports tourism marketing model for Mazandaran Province* [Doctoral dissertation, University of Mazandaran]. [in Persian]
- Zamora, O. M. (2011). Development instruments for the cross-border cooperation in Ukraine. In K. Krzyżanowska (Ed.), *Problems of tourism development on rural areas* (pp. 109-121). Warsaw University of Life Sciences Press.
- Zeng, X., Li, Y., Zhang, C., & Yang, X. (2024). Sustainable entrepreneurship in tourism: The interaction between tourism enterprise and community. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 60, 429-440. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.09.001>
- Zhang, J. (2009). Spatial distribution of inbound tourism in China: Determinants and implications. *Tourism and Hospitality Research*, 9(1), 32-49. <https://doi.org/10.1057/thr.2008.41>
- Zhou, J. (2021). Statistical research on the development of rural tourism economy industry under the background of big data. *Mobile Information Systems*. <https://doi.org/10.1155/2021/9152173>