

بررسی ظرفیت های کار آفرینی در گردشگری (مطالعه موردی: استان کرمان)

مهديه سلطانی نژاد، لیلا وثوقی

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی توسعه گردشگری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

M.soltanynezhad@semnan.ac.ir

۲- عضو هیئت علمی دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

vossoughi.la@gmail.com

چکیده:

گردشگری مفهوم بسیار گسترده ای در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است که به عنوان صنعت تلقی می شود و این صنعت پویا به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی شناخته شده است. لذا، توسعه مناطق گردشگری نیز بطور فزاینده ای مستلزم کارآفرینی است، که بصورت یک نیروی مرکزی رشد و توسعه اقتصادی در نظر گرفته شده است. هدف از مقاله حاضر، بررسی اهمیت اشتغال ناشی از کارآفرینی گردشگری در استان کرمان می باشد و با توجه به ماهیت موضوع مورد پژوهش، رویکرد حاکم بر این پژوهش، توصیفی-تحلیلی می باشد که با مطالعات کتابخانه ای اطلاعاتی در زمینه کارآفرینی و گردشگری و تأکید گسترش آن در استان جمع آوری گردیده است. بنابر پژوهش حاضر باید یادآور شد که: گردشگری با ایجاد فرصت های جدید اقتصادی برای جوامع محلی، در توسعه فعالیت های کارآفرینی بسیار مؤثر است و کارآفرینی با رشد گردشگری و افزایش تقاضاهای جدید نسبت به انواع مختلف گردشگری وابسته است. بنابراین، نقش کارآفرینان گردشگری برای توسعه گردشگری می تواند مهم باشد.

کلمات کلیدی:

اشتغال، کارآفرینی، گردشگری، کارآفرینی گردشگری

Survey the capacities of Entrepreneurship in Tourism (Case study: Kerman state)

Mahdeieh Soltany Nezhad, Leila Vosughi

۱- MA Student of Tourism Development Planning, Semnan University, Semnan, Iran.

M.soltanynezhad@semnan.ac.ir

۲- Faculty Member of Semnan University, Semnan, Iran.

vossoughi.la@gmail.com

Abstract:

Tourism is a very wide spreading concept in dimension of economic, social and cultural that is assumed as industry. This dynamic industry recognized as the main resource of income, preoccupation, development of private part and foundation structure development. Nevertheless, tourism regions development also increasingly need to entrepreneurship that it considered as a growth central force and economic development. The aim of present paper is survey the importance of preoccupation arising from tourism entrepreneurship in Kerman state. As for, the nature of research subject. The research is descriptive-analytical that collected with library studies and emphasizes to the extension entrepreneurship and tourism in the state. According to, present paper should reminded that tourism can be adequate in entrepreneurship activities with creation economic opportunities for local communities and entrepreneurship depend on tourism growth and increase new demands towards different tourism types. As a result, the role of tourism entrepreneurs can be very important for tourism development.

Key words:

Tourism, Entrepreneurship, Preoccupation, Tourism Entrepreneurship.

۱. مقدمه:

امروزه از مهمترین تأثیرات اقتصادی گردشگری، ایجاد اشتغال، کسب درآمد ارزی برای کشور میزبان و افزایش درآمدهای مالیاتی از محل فعالیت های اقتصادی مرتبط با گردشگری، ایجاد تعادل منطقه ای، تعدیل ثروت، دگرگون ساختن فعالیت های اقتصادی و وسوق دادن درآمد از مناطق شهری به روستاها و بالعکس و بالأخره جلوگیری از برون کوچی روستائیان است. گردشگری اشتغال زا است و طیف وسیعی از مشاغل تولیدی و خدماتی را دربرمی گیرد. گردشگری به عنوان یک صنعت پردرآمد و اشتغال زا در صحنه جهانی و بین المللی اهمیت زیادی پیدا کرده است و توسعه اقتصادی و تعاملات انسانی و همچنین در کانونهای غیر شهری، کاهش مهاجرت به شهرها را به همراه دارد و هر کشوری سعی دارد با به وجود آوردن امکانات رفاهی و تفریحی در شهرها و مناطق اطراف آن از مزایای اقتصادی صنعت گردشگری بهره برد [۱۳]. لازم بذکر خواهد بود که گردشگری در شمار سه صنعت عمده جهان محسوب می شود و در مدتی کوتاه توانسته است ارقام بزرگی از مبادلات جهانی را به خود اختصاص دهد بر همین اساس می توان گفت که گردشگری به منزله یک عامل مهم در ایجاد اشتغال، سرمایه گذاری و توسعه منطقه ای و یک عامل انگیزشی در اقتصاد عمومی تلقی می شود بنابراین یکی از راهبردهایی که اخیراً در اغلب کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته، توسعه و گسترش گردشگری در نواحی محروم و دارای پتانسیل های لازم برای گسترش گردشگری می باشد، توسعه صنعت گردشگری به ویژه برای کشورهای درحال توسعه که با معضلاتی همچون میزان بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند از اهمیت فراوانی برخوردار است [۵]. گردشگری دارای آثار اقتصادی و اجتماعی قابل ملاحظه ای می باشد که ایجاد اشتغال و دستیابی به درآمد پایدار و مناسب و همچنین شناخت متقابل فرهنگی در راستای صلح و وفاق بین المللی از جمله آثار اقتصادی و اجتماعی این صنعت به شمار می روند. کشورما نیز با توجه به اتکا فراوان به درآمدهای نفتی و نرخ بالای بیکاری به شدت نیازمند فرصت های جدید شغلی برای جوانان است. پس حداقل به منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی درآمدهای ارزی و همچنین ایجاد فرصت های جدید شغلی، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برای کشورمان برخوردار است [۱۰].

کارآفرینی نیروی اصلی در توسعه اقتصادی به حساب می آید، که با استفاده از تغییر و نوآوری، رشد تولید و خدمات را به وجود می آورد. گردشگری یکی از بخش های اقتصادی است که به درجه بالایی از مشارکت فعالیت های کارآفرینانه نیاز دارد. پاسخگویی به تقاضای روز افزون و نیازهای مختلف گردشگری نیازمند تنوع خدمات و محصولات توریستی است که این موضوع فرصت های بیشتری را برای گردشگری پایدار فراهم می کند. گردشگری در سطح بین المللی رشد سریعی داشته است بنابراین، به عنوان یکی از بخش های اقتصادی، به فعالیت های کارآفرینانه زیادی نیاز دارد که این امر در گرو تحریک کارآفرینان محلی می باشد و همچنین در کنار ایجاد اشتغال و افزایش رشد اقتصادی جوامع و مناطق، منابع کمیاب جوامع نیز باید حفظ شوند. کارآفرینی با رشد گردشگری و افزایش تقاضاهای جدید نسبت به انواع مختلف گردشگری وابسته است. فعالیت های گردشگری اصولاً از نوع بنگاههای اقتصادی کوچک است. مشخصه بارز کارآفرینان کوچک این است که خلاءها را پر می کنند. آنها توانایی شناسایی فرصت های بازار و توسعه محصولات یا خدمات جدیدی که مورد تقاضای بازار می باشد را دارند، کارآفرینان همچنین فرصت های به کارگیری منابع جدید اقتصادی را فراهم می کنند، آنها سازمان ها یا نهادهای بزرگ را تغییر نمی دهند بلکه یک استراتژی جدید مدیریت و رهبری فراهم می کنند بنابراین، کارآفرینان ارتباط دهنده بزرگی بین محصول و تأمین خدمات می باشند [۴]. امروزه گردشگری یکی از پررونق ترین فعالیت های اقتصادی جهان است. این صنعت اکنون در بسیاری از کشورها با رشد سریع تر نسبت به سایر بخش های اقتصادی و با ایجاد فرصت های شغلی جدید، یک صنعت پیشرو تلقی می شود و به قدری در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاد دانان آن را " صادرات نامرئی نام نهاده اند [۱۶]. چنان قابل ذکر است که، کارآفرینی یک پدیده چند رشته ای است که به گونه ای

مثبت در توسعه مقصد مشارکت داده شده است و به عبارتی دیگر، کارآفرینی گردشگری یک پدیده ای است که بوسیله شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی جاری در یک مقصد خاص پیشرفت خواهد کرد. در حقیقت، بیان هر رفتار کارآفرینی به طور وسیعی به هر دو محیط باز و بسته بستگی دارد. بنابراین، فهم کارآفرینی گردشگری به یک تجزیه و تحلیل سیستماتیک لازم دارد در این خصوص مدل رقابتی پورتر پیشنهاد شده است. برطبق مدل رقابتی پورتر، در صنعت گردشگری عناصر کارآفرینی عبارتند از: ۱- تغییر ابتکار ۲- ایجاد ابتکار ۳- یادگیری کارآفرینی ۴- نوآوری و خلاقیت ۵- مدیریت دانش ۶- تشخیص فرصت ۷- مدیریت ارتباطات ۸- زمان عمل [۱۷].

۲. پیشینه تحقیق:

احمد و سیمور در طی پژوهشی با عنوان تعریف فعالیت کارآفرینی بیان می دارند که: اهمیت تأکید تعاریف به طبیعت پویا فعالیت های کارآفرینی و تمرکز توجه بر روی عملکرد نسبت به نیت یا شرایط عرضه و تقاضا است. شامل: یک طبقه بندی ساده فعالیت های کارآفرینی مبتنی بر ارزش ایجاد شده و تصرف شده بوسیله کارآفرین است.

دادورخانی؛ ایمنی قشلاق؛ رضوانی و همکاران در طی پژوهشی به این نتیجه دست یافتند که: جوانان روستای کندوان نسبت به جوانان روستای اسکندان از ویژگی های کارآفرینانه بالاتری برخوردارند و دلیل تعاملات فرهنگی در اثر حضور گردشگران و همچنین شکل گیری زیرساخت های اولیه و وجود فرصت های جدید در اثر گردشگری است. بنابراین؛ رونق گردشگری محیط روستا را از نظر اقتصادی؛ به محیطی پویا تبدیل می کند و در واقع؛ محیط روستا به محیطی انگیزشی و محرک برای کارآفرینی تبدیل می شود.

پارا لویز و بوهایلیس و فیال در تحقیقی تحت عنوان کارآفرینی و نوآوری در گردشگری به این نکته دست یافتند که: کارآفرینی و نوآوری فاکتورهای بحرانی در گردشگری هستند که هر دو مرکز توسعه و موفقیت پایدار هستند.

سایمانو اسلابرت در پژوهشی با عنوان کارآفرینی گردشگری: فرصت ها و تهدید ها. چشم انداز آفریقای جنوبی؛ بیان می دارند که: یکی از جنبه های برجسته توسعه کارآفرینی و بخصوص کارآفرینی در صنعت گردشگری است. گردشگری انتخاب شده است بدلیل اینکه آن اساسا بر روی همه بخش های اقتصادی تأثیر می گذارد. گردشگری یک رشد ثابتی را نشان می دهد و آن فرصت های شغلی بسیاری را ایجاد می کند. زیرا- افزایش تعداد گردشگران یک افزایش مستقیم در اشتغال را نتیجه می دهد.

تقوایی یزدی و شایان در مقاله خود بررسی رابطه گردشگری و کارآفرینی در توسعه پایدار در ایران دریافتند که: با توسعه زیرساخت ها و تجهیز امکانات و تسهیلات فرصت مناسب جهت اجرای ایده های کارآفرینی و در نهایت حرکت به سوی توسعه پایدار را بوجود می آورد. با توسعه گردشگری در کشور و بالطبع آن افزایش کارآفرینی گردشگری در مناطق مختلف این مناطق دارای پتانسیل خواهند بود که تمامی گونه های گردشگری از قبیل: گردشگران انبوه سازمان یافته؛ گردشگران انبوه مستقل؛ جستجوگران و هم بی هدف ها را جذب نمایند.

رحمتیان و رحیمی در طی پژوهشی چنان یادآور شدند که: نقش گردشگری در توسعه روستایی در اصل از نوع اقتصادی بوده و برای توسعه روستایی حائز اهمیت است. از آنجا که گردشگری عمدتاً متضمن تشکیلات کوچک اقتصادی است؛ ضرورت نقش کارآفرینان گردشگری برای توسعه گردشگری روستایی محرز می باشد و بنابراین؛ تشویق و ترویج کارآفرینی منجر به توسعه مناطق روستایی خواهد شد. این نکته مشخص شده است که گردشگری باعث ایجاد فرصت های جدید برای صنعت می شود. حتی کسب و کارهایی که بصورت مستقیم درگیر گردشگری نیستند می توانند از طریق ارتباط نزدیک با امکانات گردشگری منتفع شوند.

مسئله مهمی را که باید در این بین مورد مذاقه قرار داد جایگاه کارآفرینی در صنعت گردشگری می باشد که امروزه کارآفرینی در گردشگری از اهمیت زیادی برخوردار است و نقش کارآفرینان گردشگری برای توسعه نواحی مختلف بسیار حیاتی است که مسئولیت محیطی کارآفرینی می تواند مبنایی برای استفاده از منابع طبیعی باشد و برارزش های غیرمادی و منابع طبیعی تجدید شونده تأکید ویژه ای داشته باشد. بنابراین، یکسری دوره های آموزشی به منظور ترویج فرآیند کارآفرینی در گردشگری مد نظر قرار داده شده است که عبارتند از: ۱- متون، که ممکن است شامل مقالات و انواع مطالب باشد. ۲- سخنرانی ها، توسط اساتید و کارآفرینان مدعو ۳- پروژه های علمی دانشجویان برای ارائه طرح های مخاطره آمیز [۱۶].

نقش کارآفرینان گردشگری می تواند عامل مهمی برای توسعه مناطق گردشگری باشد. برنامه ریزی برای گردشگری نیازمند درگیر بودن شرکای اصلی و گروههای منطقه ای مانند کارآفرینان عرصه گردشگری، دولت محلی، مسئولین گردشگری و دفاتر دولتی است [۹]. نهایتاً در این پژوهش با تحقیقات و بررسی های لازم بدنبال پاسخ این سوال مطرح شده هستیم: اشتغال ناشی از کارآفرینی گردشگری در استان از چه اهمیتی برخوردار است؟

۳. مبانی نظری:

کار آفرینی:

مفهوم کارآفرینی اولین بار در سال ۱۷۰۰ بنا نهاده شد و از آن وقت تاکنون نمود پیدا کرده است. کارآفرینی را فراتر از شغل و حرفه باید یک شیوه زندگی دانست که با ایجاد و انتقال آن به نسل جدید بسیاری از مشکلات و آسیب های اجتماعی موجود برطرف می شود. در تعداد زیادی تجارت ها جایگاه برابری دارد اما اقتصاد دانان بیشتر از آنها به کارآفرینی معتقد هستند و کارآفرینی موضوعی است که از اواخر قرن بیستم مورد توجه محافل آموزشی کشورهای جهان قرار گرفته است. بررسی تاریخ ادبیات کارآفرینی مؤید آن است که این واژه اولین بار در تئوری های اقتصادی و توسط اقتصاددانان ایجاد شده و سپس وارد مکاتب و تئوری های سایر رشته های علوم گردیده است که در یک نگاه کلی می توان کارآفرینی را به دو نوع اساسی تقسیم نمود: کارآفرینی فردی و کارآفرینی سازمانی. اگر نورآوری و ساخت محصول جدید با ارائه خدماتی نو با توجه به بازار، حاصل کار فرد باشد آن را کارآفرینی فردی و اگر حاصل تلاش یک تیم در سازمانی باشد آن را کارآفرینی سازمانی می نامند [۷]. پیتر دراگر کارآفرینی را شروع یک فعالیت اقتصادی کوچک توسط یک فرد می داند و اقدامی است که نیروهای کار جامعه برای: ۱- کسب توانایی ها و شایستگی ها ۲- رفع نقاط ضعف ۳- بهره گیری از فرصت ها با هدف یافتن جایگاه مناسب در محیط اقتصادی و تأمین امنیت شغلی خود در رابطه با شبکه های سازمانی انجام می دهند. در واقع؛ خود کارآفرینی راهبردی کلان برای کاهش بیکاری و بهره برداری کارا و اثربخشی از منابع به ویژه منابع انسانی جامعه [۲]. در واقع، کارآفرینان با کارآفرینی در ایجاد اشتغال نیز نقش مهمی ایفا می نمایند. در حدود نیمی از کارکنان کشورهای توسعه یافته در کسب و کارهای کوچک مشغول فعالیت هستند. بیشتر مشاغل جدید را کسب و کارهای کوچک ایجاد می کنند و سهم این کسب و کارها در بازار کار در حال افزایش است که از جمله پیامدهای کارآفرینی می توان به بهبود وضعیت اقتصادی فقرا و وارد شدن زنان به عرصه های کسب و کار و افزایش مالکیت آنها در کسب و کارها اشاره کرد. در نهایت، آموزش کارآفرینی و تربیت کارآفرینان می تواند، یکی از راهکارهای توسعه اشتغال کشور باشد.

کار آفرین:

درباره فرد کارآفرین خصوصیات قطعی وجود ندارد. یک کارآفرین موفق می تواند در هر سنی؛ با هر سطح درآمدی؛ هر نوع جنسیتی و از هر نژادی باشد و آنها در تحصیلات و تجربه باهم متفاوت هستند. اما اخیراً تحقیقات نشان می دهند که موفق ترین کارآفرینان ویژگی های شخصیتی معینی همچون: خلاقیت؛ اهدا و تخصیص؛ اراده قوی؛ انعطاف پذیر؛ رهبری؛ علاقه و اشتیاق؛ اعتماد بنفس و هوشمند را دارا هستند. کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک جدیدی را با سرمایه خود شروع کند. البته برخی بر این عقیده اند که اگر فعالیت اقتصادی شروع شده نوآوری جدید نبود و پیروی از روش های قبلی فعالیت های اقتصادی باشد نمی تواند به عنوان یک فعالیت کارآفرینانه به حساب آید یا به عبارتی دیگر کارآفرین از جنبه دیگر به معنی: فردی است که ابزار تولید را برای ترکیب و تولید محصولات جدید قابل عرضه به بازار؛ خریداری می کند و موجب ایجاد مبادله و گردش پول در اقتصاد شده و بین عرضه و تقاضا تعادل برقرار می کند [۸]. چل و هاروث (۱۹۸۸) در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده اند که کارآفرینان افرادی هستند که قابلیت مشاهده و ارزیابی فرصت های تجاری، گردآوری منابع مورد نیاز و دستیابی به ارزیابی حاصل از آن را داشته و می توانند اقدامات صحیحی را برای رسیدن به موفقیت انجام دهند. ایمانی، عاشقی و آذرخش (۱۳۸۸) می گویند: " کارآفرینی به عنوان سمبل و نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری بوده و کارآفرینان، پیشگامان موفقیت های تجاری در جامعه هستند. توانایی آن ها در بهره گیری از فرصت ها، نیروی آن ها در نوآوری و ظرفیت آن ها در قبال موفقیت، به عنوان معیارهایی هستند که کارآفرینی نوین به وسیله آن ها سنجیده می شود" [۱۱]. بنابراین، کارآفرینان مدیران یا مالکانی هستند که با راه اندازی یک واحد تولیدی _ تجاری از اختراع بهره برداری می کنند که این فرد عوامل تولید را جهت تولید، تجارت یا ارائه خدمات ترکیب می کند [۷]. که می توان گفت هدف اولیه از توسعه کارآفرینی همانا تربیت نمودن افراد متکی به نفس و آگاه به فرصت ها است و براساس مفهوم کارآفرینی که پیش از این بر آن اشاره گردید می توان استنباط کرد، کارآفرین سه فعالیت اصلی را انجام می دهد: الف) ایجاد کسب و کار ب) نوآوری در محصول ج) اشتغالزایی.

اشتغال:

اشتغال در لغت به معنای «به کاری پرداختن»؛ «به کاری سرگرم شدن» و «مشغول شدن به کاری» است.

اشتغال در اصطلاح جامعه شناسی به معنای « شغل یا پیشه کاری است که در مقابل دستمزد یا حقوق منظم انجام می شود».

اشتغال در اصطلاح اقتصادی به معنای « کوشش انسانی یا فعالیتی است که در جهت تولید هدایت می شود. به عنوان یک عامل تولید؛ کار از مواد اولیه؛ سرمایه و مدیریت؛ جدا و فقط شامل مساعی کارگران در اشتغال است. به عبارتی کار همه افرادی را شامل می شود که برای زیستن کار می کنند. این تعریف به نیروی کار یک ملت برمی گردد که شامل کلیه جمعیت قابل اشتغال و بالای سن معین است».

به عبارتی دیگر، مراد از اشتغال خروج از منزل؛ پرداختن به کار معین؛ در اوقات مشخص؛ با حقوق و مزایای معین و اصول و ارزش های اخلاقی؛ بایدها و نبایدهای اخلاقی است [۸].

ویژگی های اشتغال عبارتند از: ۱- انجام فعالیت در زمان مشخص و منظم ۲- دریافت مزد در قبال ساعات کار ۳- وجود فاصله میان محل کار و محل زندگی که گاه از آن به فاصله گرفتن مصرف از تولید تعبیر می شود [۳].

امروزه یکی از مهمترین عامل ایجاد اشتغال؛ خلق کارآفرینان است. عمده‌تاً حاضر به استخدام در مراکز دولتی یا خصوصی نیستند و تمایل دارند برای خود کار کنند. در ادبیات بازار کار به اینگونه افراد؛ خود اشتغال می گویند [۱۴]. لی در مورد رابطه گردشگری و اشتغال معتقد است که چه بسا گردشگری به راستی شاغلان دیگر بخش های اقتصادی را جذب کند یا ایجاد مشاغل نیمه وقت را موجب شود، اما هیچکدام از این دو مورد در کاهش صورت های کلی عدم اشتغال چندان تأثیرگذار نخواهد بود و اشتغال گردشگری بیشتر فصلی خواهد بود و گردشگری را منبعی اشتغال زا می نامد و معتقد است که در صنعت گردشگری به طور کلی سه نوع اشتغال شناسایی شده است: الف) اشتغال مستقیم ب) اشتغال غیرمستقیم ج) اشتغال القایی [۱۵].

کار آفرینی و اشتغال:

زمانیکه کارآفرینان یک شغل جدید را شروع می کنند؛ بالطبع حداقل به یک یا چند نیروی استخدامی نیاز دارند تا کارهای خود را سامان بخشند. کارآفرینان به علت قابلیت اشتغالزایی که دارند؛ به کاهش نرخ بیکاری که از اهداف کلان اقتصادی و اجتماعی دولت ها است کمک می کنند. کارآفرینی واقعی هرگز به دنبال ایجاد اشتغال نیست و تنها هدف اصلی خود را که همانا دستیابی به ثروت است دنبال می کند. اشتغال تنها یکی از محصولات جنبی پدیده کارآفرینی می باشد. بنابراین کارآفرینی می تواند زمینه ساز اشتغال نیروی کار باشد و نوآوری که در یک فعالیت اقتصادی توسط خود فرد ایجاد می شود منجر به ایجاد اشتغال در جامعه می شود [۲]. امروزه روحیه کارآفرینی به شدت در میان جمعیت جوان ایران در حال گسترش است. از طرفی با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی کشور در حال حاضر، توجه به کارآفرینی بیش از پیش حائز اهمیت شده است. و با توجه به سیاست کاهش تصدی گری دولت و همچنین محدودیت های سرمایه گذاری در بخش خصوصی، جوانان و زنان جویای کار به سمت مشاغل کارآفرینی سوق داده می شوند که کشور به جوانانی احتیاج دارد که کانون های تولید و اشتغال را در جامعه تشکیل دهند. از سوی دیگر، کارآفرینی در اشتغال به گونه ای سرمایه گذاری محسوب می شود این بدین معنی است که، سرمایه گذاری در نیروی انسانی را می توان به سرمایه گذاری در ایجاد مهارت ها، تخصص ها، خلاقیت ها و یا سرمایه گذاری در جهت افزایش توانایی فردی و سلامت فیزیکی طبقه بندی کرد. اما آنچه ارتباط میان این سرمایه گذاری در نیروی انسانی و رشد اقتصادی را برقرار می نماید ایجاد اشتغال مناسب با آموزش نیروی انسانی است [۱۱] که کارآفرینان با برخورداری از اخلاق و وجدان کاری براساس آموزه های دینی در فرآیندهای نوآوری و کارآفرین، گروه کارآفرین و کارآفرینان می توانند ضمن دستیابی به منافع مادی، ایجاد اشتغال و افزایش سرمایه گذاری و ... در راستای کسب و رضایت الهی و تعالی انسان نیز تلاش نمایند [۱۲]. حال چنان انتظار می رود که گردشگری سرمایه ای ارزشمند است و می توان با صرف هزینه معمول آغازین، بهره وری بر سود دائمی را از آن انتظار داشت و اما درباره سهم کارآفرینی در ایجاد اشتغال ابتدا باید ارتباط بین این دو را شناخت که رابطه کارآفرینی و ایجاد اشتغال ضمن تأثیرات اقتصادی و اجتماعی یک رابطه دوسویه است، یکی از جهت کمیت و دیگری از جهت کیفیت است این بدین معنی است که در مورد اول کارآفرین می تواند حداقل برای چندین نفر شغل دائم و موقت ایجاد نماید که در صورت توسعه مشاغل تبعی را نیز به همراه خواهد داشت و در مورد دوم کیفیت اشتغال مطرح است که کارآفرینان عمده‌تاً در بخش های مولد هستند که این بخش ها معمولاً پویا و دائماً خود را تقویت می نمایند که در نتیجه آسیب پذیری این مشاغل نسبت به دیگر مشاغل کمتر است و نکته قابل توجه در این مشاغل، شاغلان آن می باشند که از سطحی از تخصص، مهارت و دانش روز برخوردارند [۲۳].

۴. روش تحقیق:

باتوجه به ماهیت موضوع مورد پژوهش، رویکرد حاکم بر این پژوهش توصیفی-تحلیلی می باشد که با مطالعات کتابخانه ای مجموعه ای از داده ها و اطلاعات در مورد کارآفرینی و گردشگری و با تأکید بر لزوم گسترش آن در استان جمع آوری گردیده است.

۵. بحث:

نقش مستقیم و غیرمستقیم گردشگری در کارآفرینی:

بنابر گفته های کارشناس سازمان میراث فرهنگی؛ صنایع دستی و گردشگری در خیرگزاری ایرانا چنان برداشت می شود که؛ گردشگری یک پدیده فراگیر است که بطور مستقیم و غیرمستقیم در کارآفرینی و اشتغال نقش دارد در حالیکه در سایر حوزه ها این خصوصیت کمتر دیده می شود. گردشگری از نظر کسب درآمد بعد از صنعت خودروسازی و نفت قرار دارد اما این دو صنعت مثل صنعت گردشگری در ایجاد اشتغال غیرمستقیم نقش ندارد. گردشگری زمینه ایجاد شغل های جدید را فراهم می کند هرچند نباید نقش گردشگری را در ایجاد شغل های فصلی نادیده گرفت. ماهیت صنعت گردشگری این است که بطور مستقیم در ایجاد اشتغال دخالت دارد. هرچند این صنعت ارتباط مستقیمی با حمل و نقل ندارد اما برای رشد گردشگری باید زیرساخت های این صنعت از جمله حمل و نقل آماده شود. صنعت گردشگری علاوه بر حمل و نقل به راه؛ ریل و توسعه وسایل مسافرت دریایی و هوایی نیازمند است و همه اینها به نیروی انسانی نیاز دارند. در نهایت؛ گردشگری بطور غیرمستقیم در توسعه کارآفرینی؛ اشتغال و درآمد کمک می کند و این صنعت به رشد اقتصادی جوامع منجر می شود. به عبارت دیگر؛ از مزایای اصلی صنعت گردشگری برای یک ناحیه و یا یک کشور؛ اقتصادی می باشد و فرصت هایی را برای ایجاد شغل و افزایش درآمد در سطح محلی؛ شهری؛ ملی و حتی بین المللی فراهم می نماید. ورود یک گردشگر به یک استان یا کشور؛ مخارجی را در آن ناحیه برجای می گذارد که دیگر بخش های اقتصادی نیز از آن بهره مند می شوند. از سوی دیگر صنعت گردشگری سه نوع اشتغال را در اقتصادهای ملی و محلی ایجاد می کند که به شرح زیر می باشند:

۱- اشتغال مستقیم: شرکت هایی که به شکل مستقیم اشتغالی می کنند؛ آنهایی هستند که کارکنانشان به طور مستقیم با این صنعت در تماس هستند. هتل ها؛ کارکنان خدمات غذایی؛ شرکتهای هواپیمایی؛ رستوران ها و ... از جمله واحدهایی هستند که به صورت مستقیم اشتغالی می کنند.

۲- اشتغال غیرمستقیم: شرکت هایی که بصورت غیرمستقیم اشتغالی می کنند؛ آنهایی هستند که یا شرکت هایی که در این صنعت به صورت مستقیم اشتغالی می کنند؛ در تماس هستند. شرکت هایی که مواد و ملزومات مورد نیاز رستوران ها را تأمین می کنند؛ شرکت های ساختمانی که هتل ها را می سازند و ... از جمله مشاغل غیرمستقیم در صنعت گردشگری می باشند.

۳- اشتغال القایی : اشتغالی که به واسطه ی اثر فزاینده درآمد ایجاد شده؛ در صنعت گردشگری بوجود می آید. به عبارت دیگر؛ درآمد افرادی که در صنعت گردشگری فعالیت دارند؛ افزایش می یابد و این باعث ایجاد افزایش درآمد و ایجاد اشتغال در سایر بخش ها نیز می شود(ناشی از هزینه کردن درآمد ساکنان محلی از گردشگری).

کار آفرینی و اشتغال و گردشگری:

صنعت گردشگری؛ که بزرگترین صنعت در جهان امروز است؛ فرصت های شغلی بسیار مهیج و رقابتی را فراهم می سازد؛ به گونه ای که در دهه گذشته؛ در ایالات متحده؛ نرخ رشد اشتغال این صنعت در مقایسه با سایر صنایع دو برابر بوده است و انتظار می رود که همین روند در این کشور و نیز در سراسر جهان ادامه یابد و ویژگی گردشگری کارآفرینی، اشتغال سریع و درآمد زیاد است صنعتی که ظرفیت و پتانسیل آن به وفور در ایران یافت می شود اما هنوز از این فرصت ها برای رشد اقتصادی کشور استفاده نشده است که این پتانسیل ها شامل آثار باستانی، تاریخی و طبیعی است که در جای جای ایران وجود دارد و حالا برای کسب درآمد از این سرمایه ها مدیریت و برنامه ریزی نیاز است و گردشگری صنعتی است که با کمترین سرمایه بیشترین درآمد و اشتغال را نصیب کشور می کند. کوپر در مورد رابطه گردشگری و اشتغال معتقد است که گردشگری دربردارنده ی مجموعه ای بسیار متنوع از بخش های صنعتی است. بدین خاطر؛ تخمین تعداد کارکنان این بخش بسیار مشکل است. از آن گذشته؛ ماهیت اشتغال در صنعت گردشگری با گستره ی متنوع در پیوستگی میان گردشگری و دیگر بخش های اقتصادی نیز مشکل حقیقی مربوط به ارزش و اهمیت گردشگری را دوچندان ساخته است. در ادامه او یادآور می شود که احتمالاً محتوای فعالیت گردشگری بین المللی غنی تر از گردشگری داخلی است. از دیگر سوی کوه (۱۹۹۶) و سایمن (۱۹۹۷) کارآفرینی گردشگری را به عنوان فعالیت های مربوط به خلاقیت و عملیات کارآفرینی گردشگران قانونی تعریف کرده اند. کارآفرینان قانونی اشاره دارد بر آن تجارت هایی که روی یک بنیاد سوددهی عمل می کنند و رضایت گردشگران و ملاقات کننده ها را بدنبال رفع احتیاجاتشان جستجو می کنند. کارآفرینان شامل: هتل ها؛ مهمانسراها؛ آژانس های مسافرتی و توراپراتورها هستند. این بدین معنی است افرادی که کالاها یا خدمات را به گردشگران می فروشند نیز کارآفرینان گردشگری هستند (سایمن؛ اسلابرت؛ ص ۸). قابل ذکر است که؛ با توجه به تلاطم در بازارهای جهانی و تنگ شدن حلقه رقابت اقتصادی؛ وجود پتانسیل های گردشگری فراوان در کشور؛ به دلیل رشد روز افزون گردشگری و افزایش تقاضاهای جدید؛ انواع گردشگری پایدار نیاز به ترویج و توسعه کارآفرینی در گردشگری احساس می شود. نتیجه اصلی حاصل از این مطالعه در ترویج کارآفرینی در صنعت گردشگری به این نقطه تأکید می کند که درک فرهنگ و جو کارآفرینانه شرطی لازم برای ایجاد محیط کارآفرینانه توانا به شمار می رود. علاوه بر این؛ حمایت از کارآفرینان باید از طریق فراهم کردن فاکتورهای انگیزشی همچون مشوق ها یا حمایت های مالی؛ تعلیم و تربیت و آموزش مورد توجه قرار گیرد. این فاکتورها می توانند به کارآفرینان در مراحل اولیه فعالیت هایشان و همچنین در ایجاد خدمات گردشگری منحصر بفرد و در توسعه پایدار گردشگری کمک کنند [۱۶]. بدیهی است که؛ امروزه کارآفرینی در گردشگری اهمیت زیادی پیدا کرده است. نقش کارآفرینان گردشگری برای توسعه نواحی گردشگری می تواند بسیار حیاتی باشد. بنابراین؛ مسئولیت های محیطی کارآفرینی می تواند مبنایی برای استفاده از منابع طبیعی باشد و بر ارزش های غیرمادی و منابع طبیعی تجدیدشونده تأکید ویژه ای داشته باشد. لازم بذکر است که؛ کارآفرینی سازگار با محیط (پایدار) باید دارای ویژگی هایی چون: توجه به محیط طبیعی؛ بومی؛ محلی؛ توجه به صنایع دستی و منحصر بفرد باشد. بنابراین؛ تشکیلات اقتصادی گردشگری در مقیاس کوچک پتانسیل زیادی برای ارائه خدمات و محصولات گردشگری را دارا می باشد. از این رو کارآفرینی پایدار را می توان به سه دسته تقسیم کرد: ۱. پاسخگویی به گردشگران و ارائه خدمات براساس فرصت های سازگار با محیط ۲. بهره برداری پایدار از طبیعت و چشم اندازها ۳. استفاده مناسب از خدمات [۴]. نمونه هایی از کارآفرینی در گردشگری عبارتند از: ۱- کارآفرینی در بخش خدمات مثل: تأسیس انجمن صنفی راهنمایان گردشگری تهران ۲- کارآفرینی در بخش تولید محصولات گردشگری مثل: تولید محصولات صنایع دستی (گروه فرهنگ و هنر سیمرغ). بنابر نظر کبیدی (۱۹۷۹) مسئله کارآفرینی در تحقیقات گردشگری رشد کرده و حرکت ها بدست آورده؛ آتلجویک و لی (۲۰۰۹) کارآفرینی در گردشگری عضو علی البدل شناخته شده؛ ولو اینکه صنایع گردشگری؛ مهمان نوازی و اوقات فراغت اساساً مبنی بر فعالیت های کارآفرینی هستند [۲۱].

اشتغال و کار آفرینی گردشگری در کرمان:

کارآفرینی گردشگری در استان کرمان، فرآیندی ارزشی است که منجر به تولید کالا یا خدمتی جدید می شود به گونه ای که نقش کلیدی در روند توسعه و پیشرفت جوامع محلی ایفا می کند که مؤثرترین و برجسته ترین اثر آن کاهش روند بیکاری و افزایش روند رو به رشد اشتغال می باشد. لازم به ذکر است که: در شرایط اقتصادی پرچالش کنونی به ویژه متأثر از کاهش قیمت نفت، موضوع گردشگری که سومین موضوع درآمدزا در سطح جهانی است، فرصت مغتنمی برای ترویج کارآفرینی در این حوزه در استان است. گردشگری حوزه ای است که در درون خود رشته های متعددی را بارور می سازد. فرصت ویژه ای است که جامعه می تواند فعالیت های کارآفرینانه و کسب و کارهای نو ایجاد کنند که این مهم به همراه کمک های دانشکده های گردشگری و بویژه دانشکده کارآفرینی و با استفاده از دستاوردهای بخش خصوصی و نهادهای مدنی همراه با پشتیبانی دستگاههای دولتی ذیربط، نقش مؤثری در این راستا دارند. چراکه گردشگری نه صرف تفریح و سرگرمی بلکه بعنوان مقوله ای اقتصادی و کمک به توسعه ملی مطرح است. بنابراین با تشکیل انجمن هایی در سطح استان باید آمادگی خود را برای هرگونه همفکری و همکاری با دستگاههای متولی بویژه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری برای ترویج و توسعه کسب و کارهای نو در حوزه گردشگری و کارآفرینی گردشگری اعلام داشت. بنا بر اظهارات مدیرکل بانوان و خانواده استانداری در همایش ملی فرهنگ کارآفرینی در نظام اقتصاد اسلامی در کرمان، چنانچه بانگاهی که اسلام و آموزه های دینی به کارآفرینی دارد، توجه کنیم تحولی در اشتغال زایی ایجاد می شود. وی افزودند که: متأسفانه امروز در زمینه فعالیت های اقتصادی کمتر کار می شود، دکتر فاطمه السادات حسینی با توجه به آسیب های اجتماعی ناشی از این مسئله خاطر نشان کرد: بحث کارآفرینی می تواند یک راهگشا در امر ازدواج، کاهش آسیب های اجتماعی و ... باشد و باید بتوان کارآفرینی را به عنوان یک فرهنگ نهادینه کنیم و اساتید و دانشگاهیان باید ایده ها و طرح های نوینی را در این زمینه داشته باشند و باید فرهنگ کارآفرینی در نظام اقتصادی، توسعه فضای کسب و کار و تبدیل ایده به محصول، نقش خلاقیت و نوآوری در کارآفرینی، نقش صنعت، کشاورزی و گردشگری و ... را بیش از پیش در توسعه فرهنگ کارآفرینی مورد توجه قرار داد. هم اکنون ۲۳ کاربایی در استان کرمان مشغول به کار هستند و هشت مرکز کارآفرینی نیز در این خطه مجوز دریافت کرده اند. اما هنوز مراکز کارآفرینی در سطح کشور و کرمان جایگاه خود را پیدا نکرده اند و کارآفرینان هنوز برای مشاوره به این مراکز مراجعه نمی کنند. مراکزی در حوزه کارآفرینی هم از طریق ثبت اسناد مجوز گرفته اند اما نظارتی بر آنها و نحوه خدمات وجود ندارد باید چنان یادآور شد که استان کرمان دارای ظرفیت های فراوانی در حوزه های مختلف از جمله: صنعت، معدن، گردشگری و کشاورزی است که می توان از این ظرفیت ها در راستای اشتغالزایی استفاده کرد. جعفر زاده بانوی نمونه کارآفرین کرمانی خاطر نشان کرده اند که: باید به جای کپی برداری از طرح های دیگر در پی ایجاد خلاقیت بود چرا که همه انسانها استعداد بالقوه دارند و با تلاش و تجربه می توانند به موفقیت دست یابند. در نتیجه بررسی های بسیار باید چنان بیان کرد که استان کرمان دارای پتانسیل های فراوانی در بخش گردشگری و میراث فرهنگی و صنایع دستی (بیش از ۶۶۰ اثر ملی ثبت شده) است که با آموزش و پرورش نیروهای کارآفرین، برنامه ریزی صحیح و دقیق و برگزاری جشنواره ها توجه مردم داخل استان و از طریق انعکاس در شبکه های ملی و جهانی توجهات بین المللی را به کرمان جلب کرد این بدین معنا است که باید تلاشی هرچه تمام تر در راه توسعه این صنعت در سطح استان که یک ضرورت برای استان است که موجب کارآفرینی و ایجاد اشتغال در استان کرمان می شود، انجام شود. زیرا در کنار وجود صنایع پردرآمد دیگر در کرمان صنعت گردشگری جزء اشتغالزاترین صنایع این استان پهناور می باشد که اهمیت قابل شدن برای کارآفرینان گردشگری آن توجهی بیش از پیش را می طلبد.

۶. نتیجه گیری:

یکی از مباحث اصلی برای دستیابی به توسعه گردشگری، تدوین الگوی پیشرفت بر مبنای استعدادها و توانایی ها و امکانات هر جامعه می باشد و جامعه یا کسی را از متأثر شدن از ابعاد وجودی آن نمی توان برکنار دانست چرا که در پی آن کارآفرینی ظهور می یابد. زیرا کارآفرینی نقش موثری در توسعه اقتصادی- اجتماعی، صنعتی و سیاسی دارد و از سویی به عنوان مهمترین راهکار رفع معضل بیکاری فارغ التحصیلان دانشگاهی محسوب می شود. از همین رو باید چنان بیان داشت که: ایران به عنوان یکی از ده کشور برتر دنیا در زمینه جاذبه های گردشگری، از نواحی مختلفی تشکیل شده است و استان کرمان هم به دلایل جغرافیایی و تاریخی یکی از پنج استان مهم تاریخی و گردشگری کشور است. با توجه به اینکه گردشگری یکی از ابزار کارآمد توسعه نواحی و مناطق مختلف به شمار می آید، لزوم شناخت و بررسی توان های گردشگری منطقه از اهمیت ویژه ای برخوردار است. بنابراین، ضمن توجه به زیرساختهای موجود آن به برخی از اثرات و توان های گردشگری که می توانند نقش موثری در جهت توسعه اقتصادی استان ایفا کنند، میزان درآمد حاصل از صنعت گردشگری و میزان اشتغالزایی گردشگری در استان مورد محاسبه و توجه قرار گیرد. چه بسا کارآفرینان گردشگری استان باید با آینده پژوهی، که تلاشی نظام مند و سیستماتیک برای نگاه به آینده بلندمدت در حوزه گردشگری است بدنبال هدف اصلی این بخش که شناخت فرصت ها و فناوری های جدید و تعیین بخش هایی از گردشگری استان که سرمایه گذاری در آنها بازدهی بیشتری دارد، باشند.

۷. پیشنهادات:

- ۱- برگزاری کلاس های آموزشی زیر نظر میراث فرهنگی و اساتید زبده و کارآفرینان برتر گردشگری استان در جهت پرورش کارآفرینان جوان گردشگری.
- ۲- حمایت سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری از کارآفرینان و طرح های کارآفرینان گردشگری در سطح استان.
- ۳- همکاری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان در زمینه در اختیار قرار دادن اطلاعات از جاذبه ها و موقعیت های گردشگری در جای جای استان که فرصت را برای کارآفرینان در ارائه ایده و برنامه ریزی در جهت کاربری بهینه از منابع گردشگری و بکارگیری و اشتغالزایی برای جوانان بومی فراهم می آورد.
- ۴- برگزاری همایش ها و ورکشاپ ها و جلساتی متعدد در سازمان میراث فرهنگی استان با حضور کارآفرینان باتجربه در زمینه کارآفرینی گردشگری در جهت جلوگیری از نادیده انگاشتن این مسئله و بیان ایده ها و طرح های متفاوت در این جلسات.
- ۵- تشکیل انجمن های کارآفرینان گردشگری در سطح استان و یک کمیته جهت نظارت بر کار آنان.
- ۶- حمایت مالی کارآفرینان جهت انجام طرح هایشان و تعیین دستمزد از جانب سازمان میراث فرهنگی برای آنان.

منابع:

کتاب فارسی:

- ۱- پوراصغر، مرضیه، اندیشه های راهبردی؛ زن و خانواده، زنان؛ اشتغال و ارزش های اخلاقی، صص ۲۱۸-۱۹۹.
- ۲- حکمت اندیش، علی، مبانی کارآفرینی، انتشارات هشت کتاب، نوبت چاپ ۱، قم، ۱۳۹۳، صص ۱۵۸-۱.
- ۳- زعفرانچی، لیلا، اشتغال زنان (مجموعه مقالات و گفت و گوها)، دفتر مطالعات و تحقیقات زنان، ناشر مرکز آموزش و خانواده ریاست جمهوری، نوبت چاپ ۱، ۱۳۸۸، صص ۴۰۱-۱.

مقالات فارسی:

- ۴- ایمنی قشلاق، سیاوش و هاشمی، سعید، نقش کارآفرینی در توسعه پایدار گردشگری، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی، شماره ۱۰۷-۱۰۶، ۱۳۸۸، صص ۱۰۵_۹۴.
- ۵- پاشازاده، اصغر و خداکریمی، زهرا، راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه شورابیل اردبیل، چهارمین کنفرانس برنامه ریز و مدیریت شهری، ۱۳۹۱، صص ۱۴-۱.
- ۶- تقوایی یزدی، مریم و شایان، مسعود، بررسی رابطه گردشگری و کارآفرینی در توسعه پایدار در ایران، صص ۱۳-۱.
- ۷- حجازی، سید علیرضا، مشارکت فناوری اطلاعات در کارآفرینی، ۱۳۸۳، صص ۱۴-۱.
- ۸- دادورخانی، فضیله، رضوانی، محمدرضا، ایمنی قشلاق، سیاوش و بوذرجمهری، خدیجه، تحلیل نقش گردشگری در توسعه ی ویژگی های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)، پژوهش های جغرافیایی انسانی، شماره ۷۸، ۱۳۹۰، صص ۱۹۵-۱۶۹.
- ۹- رحمتیان، حسین و رحیمی، شیوا، نقش کارآفرینی در توسعه گردشگری مناطق محروم (روستاها)، صص ۱۱-۱.
- ۱۰- زرقانی، هادی و حجازی جوشقانی، محسن، توریزم بین المللی و نقش آن در اقتصاد و توسعه شهری با تأکید در کلاناستانمشهد، چهارمین کنفرانس برنامه ریزیو مدیریت شهری، ۱۳۹۱، صص ۲۱-۱.
- ۱۱- زینلی زاده، لیلا و زینلی زاده، اعظم، مهارت آموزی، کارآفرینی و بهره وری مهارت آموختگان، دانشگاه مازندران، ۱۳۹۱، صص ۱-۱۵.
- ۱۲- صیادی، سعید و طالبی همت، فاطمه، اخلاق کارآفرینی، عاملی تسریع کننده در شکل گیری کارآفرینی پایدار، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، صص ۱۷-۱.

- ۱۳- فغفوریان، مهسا، بررسی نقش هتل های بوتیک در جذب گردشگر برای توسعه اقتصادی شهرها نمونه موردی هتل صخره ای لاله کندوان، چهارمین کنفرانس برنامه ریزی و مدیریت شهری، ۱۳۹۱، صص ۱۶-۱.
- ۱۴- قویدل، صالح، خوداشتغالی در مقابل بیکاری (مورد ایران)، فصلنامه پژوهش های اقتصادی، شماره ۱، سال ۸، ۱۳۸۷، صص ۴۱-۲۱.
- ۱۵- میرزائی، رحمت، تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۲، شماره ۳، ۱۳۸۸، صص ۷۶-۳۹.
- ۱۶- نجفی توه خشکه، پری، آزادی، سیامک، اهمیت ترویج کارآفرینی در صنعت گردشگری.

مقالات لاتین:

- ۱۷- Aghapour, Ali, Hojabri, Roozbeh, Manafi, Mahmoud & Hosseini, Sepehr, Behind Ambiguities of Tourism Entrepreneurship Tourism Illumination of Different Aspects, Volume ۱۲(۳), pp. ۲۵-۲۹, AUGUST ۲۰۱۲, International Journal of Innovative Ideas (IJII), ISSN ۲۲۳۲-۱۹۴۲.
- ۱۸- Ahmad, Nadim & Seymour, Richard G, Defining Entrepreneurial Activity, ۱-۲۲.
- ۱۹- Parra Lopez, Eduardo, Buhalis, Dimitrios & Fyall, Alan, Entrepreneurship and Innovation in Tourism, Vol. ۷ N° ۳ págs. ۳۵۵-۳۵۷. ۲۰۰۹, PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. ISSN ۱۶۹۵-۷۱۲۱.
- ۲۰- Saayman, Melville & Slabbert, Elmarie, Tourism Entrepreneurships: Opportunities and Threats. A South African Perspective, ۱-۲۶.

پایان نامه:

- ۲۱- Bohn, Dorothee, No Ordinary Business: Lifestyle Entrepreneurs and Their Tourism Products Insights From Finnish Lapland, ۲۰۱۳, Tmi Kaisa Alatalo, Pages ۸۱.

منابع اینترنتی:

- ۲۲- گروه فرهنگ و هنر سیمرغ، <http://imperia.ir/various/arts-and-culture/art-and-culture-news-tourism-related-to-entrepreneurship/>، منبع ایرانا.



همایش ملی
فرهنگ، گردشگری و هویت شهری
موسسه مهر اندیشان ارفع
National conference on
culture, tourism and city identity



۲۳- نعیمی، امیر، پزشکی راد، غلامرضا و چیدری، محمد، ۱۳۹۰، نقش آموزش کارآفرینی در ایجاد اشتغال،
تلخیص از مقاله نگاهی بر نقش آموزش کارآفرینی در ایجاد اشتغال،
<http://eeshteghal.blogfa.com/post-۴.aspx>
دانشگاه تربیت مدرس.