



The University of Tehran Press

Journal of
Social Business
Vol. 2, No. 2, Summer 2025

Online ISSN: 3060-7213

Home Page: <https://jsbu.ut.ac.ir/>

Factors Affecting Entrepreneurial Intention in the field of Sustainable Tourism among Students and Graduates (Case Study: Iranian Universities)

Mehdi Ramezanzadeh Lasboyee*¹ | Mehri Donyavi² | Sepideh Amiahmadi³

1. Corresponding Author, Department of Tourism Management, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. Email: m.ramezanzadeh@umz.ac.ir
2. Department of Tourism Management, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. Email: m.donyavi04@umail.umz.ac.ir
3. Department of Tourism Management, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. Email: sepidehahmadi361@gmail.com

ARTICLE INFO

Article type:
Research Article

Article History:
Received April 29, 2025
Revised May 31, 2025
Accepted June 20, 2025
Published online July 01, 2025

Keywords:
*Attitude,
Green Entrepreneurship,
Intention,
Iranian Universities,
Perceived Behavior Control,
Tourism.*

ABSTRACT

Green tourism entrepreneurship involves identifying entrepreneurial opportunities and pursuing sustainable development aligned with environmental conservation. The advancement of green technologies and the strengthening of a green entrepreneurial mindset are essential for progress in this field. Today, entrepreneurs play a fundamental role in driving change and fostering growth in the global economy. Entrepreneurship is considered a crucial element of economic development due to its significant contribution to enhancing public welfare through job creation. Accordingly, higher education institutions, supported by government policies, offer mandatory entrepreneurship courses to encourage students toward innovative and entrepreneurial activities. Therefore, this study aims to identify the factors influencing students' intentions to become green entrepreneurs. The research uses an extended model of the Theory of Planned Behavior (TPB) combined with the role of entrepreneurship education to develop a theoretical framework. Data were collected from 204 students and graduates in tourism and tourism management programs at the Universities of Tehran, Mazandaran, Gilan, Allameh Tabataba'i, and Semnan. Sampling was conducted as a census, and data were gathered using an online questionnaire. The instrument's validity was confirmed by subject matter experts, and reliability was assessed through a Cronbach's alpha coefficient above 0.7. Data analysis was performed using structural equation modeling. Findings indicate that students lack sufficient knowledge about green entrepreneurship. Furthermore, results show that attitude, subjective norms, perceived behavioral control, and entrepreneurship education have a direct impact on entrepreneurial intention.

Cite this article: Ramezanzadeh Lasboyee, M., Donyavi, M., Amiahmadi, S. (2025). Factors Affecting Entrepreneurial Intention in the field of Sustainable Tourism among Students and Graduates (Case Study: Iranian Universities). *Journal of Social Business*, 2 (2), 195-213. <https://doi.org/10.22059/jsbu.2025.394516.1023>



© Mehdi Ramezanzadeh Lasboyee, Mehri Donyavi, Sepideh Amiahmadi
Publisher: University of Tehran Press.
<https://doi.org/10.22059/jsbu.2025.394516.1023>



عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی در حوزه گردشگری پایدار بین دانشجویان و دانش آموختگان گردشگری (مطالعه موردی: دانشگاه‌های ایران)

مهدی رمضان‌زاده لسبویی^{۱*} | مهری دنیوی^۲ | سپیده آمی احمدی^۳

۱. نویسنده مسئول، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. رایانامه: m.ramezanzadeh@umz.ac.ir

۲. گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. رایانامه: m.donyavi04@umail.umz.ac.ir

۳. گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. رایانامه: sepidehahmadi361@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

علمی - پژوهشی

تاریخ‌های مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۰۹

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۳/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۳۰

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۴/۱۰

کلیدواژه:

دانشگاه‌های ایران،

کنترل رفتار درک‌شده،

گردشگری، قصد،

کارآفرینی سبز،

نگرش.

کارآفرینی گردشگری سبز شامل شناسایی فرصت‌های کارآفرینی و توسعه پایدار همسو با حفاظت از محیط زیست است. توسعه فناوری‌های سبز و تقویت تفکر کارآفرینی سبز امری ضروری برای پیشرفت این حوزه محسوب می‌شود. امروزه کارآفرینان نقشی اساسی در ایجاد تغییر و رشد اقتصاد جهانی ایفا می‌کنند. کارآفرینی به دلیل سهم قابل توجهی که در ارتقای رفاه مردم از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی دارد، جنبه‌ای ضروری از رشد اقتصادی به‌شمار می‌رود. به همین ترتیب مؤسسات آموزش عالی با حمایت سیاست‌های دولتی، دروس کارآفرینی را به‌صورت اجباری برای دانشجویان ارائه می‌دهند تا آنان را به فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه تشویق کنند، بنابراین هدف این مطالعه تعیین عوامل مؤثر بر قصد دانشجویان برای تبدیل شدن به کارآفرینان سبز است. این مطالعه از مدل توسعه‌یافته نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده (TPB) و نقش آموزش کارآفرینی برای توسعه یک چارچوب نظری استفاده می‌کند. داده‌ها از ۲۰۴ دانشجو و دانش آموخته رشته‌های گردشگری و مدیریت جهانگردی در دانشگاه‌های تهران، مازندران، گیلان، علامه طباطبایی و سمنان جمع‌آوری شده است. نمونه‌گیری به‌صورت تمام‌شماری انجام و با استفاده از پرسشنامه آنلاین گردآوری شده است. روایی ابزار توسط اساتید متخصص تأیید و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ ارزیابی شده است. تحلیل داده‌ها با مدل‌سازی معادلات ساختاری صورت گرفته است. یافته‌های نشان می‌دهد دانشجویان از دانش کافی در زمینه کارآفرینی سبز برخوردار نیستند، همچنین نتایج نشان می‌دهد بین نگرش، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار درک شده و آموزش کارآفرینی تأثیر مستقیمی بر قصد کارآفرینی دارند.

استناد: رمضان‌زاده لسبویی؛ مهدی؛ دنیوی؛ مهری؛ آمی احمدی؛ سپیده (۱۴۰۴). عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی در حوزه گردشگری پایدار بین دانشجویان و دانش آموختگان گردشگری

(مطالعه موردی: دانشگاه‌های ایران). کسب‌وکار اجتماعی، ۲ (۲)، ۱۹۵-۲۱۳. <https://doi.org/10.22059/jsbu.2025.394516.1023>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

© مهدی رمضان‌زاده لسبویی، مهری دنیوی، سپیده احمدی

<https://doi.org/10.22059/jsbu.2025.394516.1023>



۱. مقدمه

با توجه به افزایش روزافزون مشکلات زیست‌محیطی در دهه‌های اخیر، توجه جامعه بشری بیش‌ازپیش به مسئله حفاظت از محیط زیست جلب شده است. از جهت دیگر تقاضای فزاینده ذی‌نفعان از شرکت‌ها برای پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی، شرکت‌ها را به سمت مشارکت در مسئولیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی و کسب مقبولیت در بازارهای جهانی سوق می‌دهد (Bobkova et al., 2021). با توجه به اینکه مسائل زیست‌محیطی بخش جدایی‌ناپذیری از مسئولیت‌های اجتماعی و عملکردهای اقتصادی کسب‌وکارها محسوب می‌شوند، مدیران و سیاستگذاران برای درک اهمیت نوآوری سبز در جهت رسیدن به توسعه پایدار تلاش کرده‌اند. از این جهت شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی سبز از مهم‌ترین اقدام‌های نوآورانه در این زمینه به‌شمار می‌آید و عاملی مؤثر در زمینه کاهش آلودگی‌های محیط زیست و استفاده از کمترین امکانات با بیشترین بهره‌وری به حساب می‌آید. کارآفرینی سبز حلقه ارتباط کارآفرینی و محیط زیست است (Sulej, Krzywonos & Kwil., 2021؛ آموسی و همکاران، ۲۰۲۴).

کارآفرینی در گردشگری پایدار عاملی اساسی برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار (SDGs)^۱ در سازمان ملل متحد شناخته می‌شود (UNWTO, 2022). این نوع کارآفرینی افزون بر اینکه موجب ایجاد فرصت‌های شغلی می‌شود، به حفظ محیط زیست و تقویت جوامع محلی نیز کمک می‌کند (Hall, 2019). مطالعات نشان‌دهنده آن است که کسب‌وکارهای گردشگری پایدار می‌توانند به میزان ۳۰ درصد اثرات کربن را کاهش دهند (Gössling, Scott & Hall., 2021). کمبود دانش فنی و مالی بین کارآفرینان از چالش‌های اصلی در این حوزه شناخته می‌شود (Sigala, 2020)، اما نتایج پژوهش‌ها حاکی از آن است که آموزش‌های تخصصی می‌توانند به میزان ۴۵ درصد در افزایش موفقیت این کسب‌وکارها مؤثر باشند (Nabi et al., 2017). در ایران پتانسیل‌های زیادی در جهت توسعه اکوتوریسم و گردشگری جامعه‌محور وجود دارد که حمایت‌های دولتی و مشارکت بخش خصوصی را می‌طلبد (Pourfakhimi, Duncan & Coetzee., 2020).

کارآفرینی اجتماعی گردشگری به فرایندی اطلاق می‌شود که از گردشگری در خلق راه‌حل‌های نوآورانه برای حل مشکلات اجتماعی، محیطی و اقتصادی در مقاصد از راه ترغیب باورها، ظرفیت‌ها، منابع و توافق‌های اجتماعی لازم استفاده می‌کند (Day & Mody, 2017: 64). افزون بر این کارآفرینان اجتماعی گردشگری کارگزاران تغییر در نظام کارآفرینی اجتماعی یک مقصد محسوب می‌شوند که با ویژگی‌ها، عقاید و توانمندی‌های خود سعی در حل مشکلات اجتماعی موجود در مقصد دارند. نکته شایان توجه آن است که اگرچه عوامل فراوان کلان تسهیلگر همچون قوانین حمایتی دولتی و هنجارهای اجتماعی و فرهنگی نقش چشمگیری در تشویق افراد به کارآفرینی سنتی و کارآفرینی اجتماعی دارند، میل و انگیزه افراد برای فعالیت‌های کارآفرینی متفاوت است (حسنقلی‌پور و همکاران، ۲۰۱۹). از این رو رویکردی مهم به نام مدل‌های قصد، برای تبیین رفتار کارآفرینی مطرح شده است. قصد مرتبط با عوامل انگیزشی تأثیرگذار در رفتار است و میزان تلاش و برنامه‌های افراد را برای عملی کردن یک رفتار تبیین می‌کند (حصاری روستا و مرادی، ۲۰۲۰). افزون بر این قصد با در نظر گرفتن این موضوع که رفتار کارآفرینی را به‌سختی می‌توان مشاهده کرد، بهترین پیش‌بینی‌کننده رفتار کارآفرینی قلمداد می‌شود (Entrialgo & Iglesias, 2016).

مطالعات نشان‌دهنده آن است که تمایل به کارآفرینی میان دانشجویان و فارغ‌التحصیلان گردشگری تحت تأثیر عوامل زیادی اعم از فردی، آموزشی و محیطی قرار دارد. از دیدگاه فردی، ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی همچون نیاز به موفقیت، خلاقیت و ریسک‌پذیری نقشی کلیدی در این زمینه ایفا می‌کنند (Liñán & Fayolle, 2015). تحقیقات حاکی از آن است که دانشجویان و دانش‌آموختگانی که از خودکارآمدی کارآفرینانه بالاتری برخوردارند، تمایل بیشتری نیز به راه‌اندازی کسب‌وکارهای گردشگری از خود نشان می‌دهند (McGee et al., 2009). خودکارآمدی بیانگر عقیده خوش‌بینانه در ارتباط با توانایی‌های فردی برای انجام امور دشوار یا نوآورانه است. خودکارآمدی کارآفرینی اجتماعی به‌معنای ادراک فرد از توانایی‌های خود در جهت تأثیرگذاری و بهبود شرایط اجتماعی از طریق رفتار کارآفرینی اجتماعی در مقیاس کوچک است (Forster & Grichnik, 2013).

علاوه بر این، تجربیات عملی و آشنایی با چالش‌های صنعت گردشگری نیز می‌تواند در جهت تقویت انگیزه کارآفرینی مؤثر باشد (Nabi et al., 2017)، همچنین عوامل آموزشی نیز سهم قابل‌توجهی در این زمینه به خود اختصاص دادند. کیفیت برنامه‌های

^۱. sustainable development goals

درسی و واحدهای دانشگاهی، دوره‌های کارآفرینی مرتبط و ارتباط با صنعت گردشگری از جمله مؤلفه‌های تأثیرگذارند (Rae et al., 2012). پژوهش‌ها نشان‌دهنده آن است که دانشگاه‌هایی که محیطی حمایتی با پشتیبانی بالا برای کارآفرینی فراهم می‌آورند، فارغ‌التحصیلان بیشتری را برای ایجاد کسب‌وکار تشویق می‌کنند (Turker & Selcuk, 2009). علاوه بر این، دسترسی به کارشناسان، مربیان و مشاوران کارآفرینی می‌تواند فاصله میان دانش نظری و مهارت‌های عملی را کم کند (Obschonka et al., 2020). هدف از آموزش کارآفرینی مثبت کردن عقاید و نظرات فردی دانشجویان درباره فعالیت‌های کارآفرینی و در نتیجه افزایش قصد کارآفرینی آنها است (Wibowo, 2016). اگرچه آموزش کارآفرینی در سازمان‌های زیادی مورد توجه واقع می‌شود، دانشگاه‌ها محور اصلی این موضوع‌اند. بررسی قصد کارآفرینی دانشجویان نشان خواهد داد آیا آموزش دانشگاه‌ها سبب ترغیب و تشویق دانشجویان به فعالیت‌های کارآفرینی می‌شود یا خیر. کارآفرینی مهارتی اکتسابی محسوب می‌شود و خلق کارآفرینان موفق وابستگی زیادی به سطح کیفیت آموزش‌های فراهم‌شده و محیطی که در آن نوآوری تشویق می‌شود، دارد (احمدزاده و همکاران، ۲۰۱۳؛ حصاری، روستا و مرادی، ۲۰۲۰). در سطح کلان، شرایط محیطی و بازار نیز تأثیر بسزایی در کارآفرینی دارند. شناسایی فرصت‌های بکر در حوزه‌هایی همچون اکوتوریسم یا گردشگری جامعه‌محور می‌تواند نقطه قوت خوبی برای کارآفرینی باشد (Hallak, Assaker & Lee., 2018).

از طرفی، سیاست‌های حمایتی دولت‌ها از جمله تسهیلات مالی و مشوق‌های مالیاتی نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در این زمینه ایفا می‌کنند (Aparicio, Urbano & Audretsch., 2021). در نهایت شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات حرفه‌ای نیز می‌توانند نقش کاتالیزوری برای تبدیل ایده‌ها به کسب‌وکار ایفا کنند (Stam et al., 2012). گرم شدن کره زمین و انتشار کربن تهدیدی جدی برای طبیعت و انسان‌هاست (Dolnicar & Greene, 2025). بزرگ‌ترین میحث گردشگری پایدار، پیامدهای زیست‌محیطی صنعت گردشگری است. نرخ رشد صنعت گردشگری مانع مهمی برای رسیدن به انتشار خالص صفر کربن است (Gössling et al., 2024). در این صنعت مصرف انرژی و آب‌شیرین‌کن (Gössling & Peeters, 2015)، تولید زباله و عدم تفکیک درست آن (Agyeiwaah, 2020)، استفاده از وسایل تفریحی تولید کربن مانند جت و قایق (Mota et al., 2024)، از عوامل تخریب محیط زیست است. بهترین راه برای کمک به صنعت گردشگری از دیدگاه زیست‌محیطی پایدارتر، اقدام‌های عملی در دنیای واقعی است که نتایج آن به بهبود عوامل همچون مصرف کمتر برق، مصرف کمتر آب، تولید زباله کمتر و... منجر می‌شود (Dolnicar, 2020).

با توجه به غیرقابل‌اعتماد بودن مقاصد رفتاری اجتماعی مطلوب، مانند رفتار طرفدار محیط‌زیست، بیشتر مطالعات رفتار گردشگران در مجلات برتر گردشگری، همچنان بر نیت رفتاری بیان‌شده تکیه دارد (Greene & Dolnicar, 2024). محققان راه‌حلهایی نو برای ترویج رفتار طرفدار محیط‌زیست در میان گردشگران ارائه نداده‌اند، بلکه انواع مشابهی از مداخلات را با تمرکز بر پارادایم شناختی غالب یعنی تغییر رفتار مقدم بر تغییر نگرشی ایجاد می‌کنند (Dolnicar & Demeter, 2024). گردشگری سبز پایدار به‌عنوان یک رویکرد محوری برای ایجاد تعادل اقتصادی، رشد و حفاظت از محیط‌زیست و حفظ فرهنگ در سفر، استراتژی‌های کلیدی را برای به حداقل رساندن ردپای کربن، ترویج شیوه‌های گردشگری مسئولانه و ادغام زیرساخت‌های پایدار در مقاصد گردشگری برجسته می‌کند (John, 2025). گردشگری سبز مسئولانه سبب ارتقای نظارت بر محیط‌زیست، افزایش منافع اقتصادی برای مقاصد میزبان و در نهایت ایجاد رویکرد اخلاقی و جامع در گردشگری و پایداری محیطی با ملاحظات فرهنگی و اقتصادی می‌شود و راه را برای جهانی مسئولانه‌تر هموار می‌کند (John, 2025).

کارآفرینی در گردشگری سبز با تأسیس کسب‌وکارهای کوچک و خدمات گردشگری ماجراجویانه از طریق دارایی‌های طبیعی و فرهنگی منحصربه‌فرد مناطق سرمایه‌گذاری شده آشکار می‌شود. این سرمایه‌گذاری‌ها با حفظ سود در جامعه و کاهش نشت اقتصادی، اقتصادهای منطقه را تحریک می‌کند و اثرات مضاعف گردشگری سبز در قالب کارآفرینی به توسعه زیرساخت‌ها، بهبود حمل‌ونقل، ارتباطات و امکانات عمومی می‌انجامد که هم به نفع ساکنان و هم بازدیدکنندگان خواهد بود (Mantas et al., 2025). کارآفرینی سبز با بالا بردن انعطاف‌پذیری و افزایش ظرفیت اکوسیستم برای حمایت از زندگی، به پایداری محیطی کمک می‌کند و با تحریک نوآوری برای انتقال انرژی و پایداری محیطی به ایجاد فضای شغل، رشد اقتصادی و رفاه اجتماعی منجر می‌شود، در

نتیجه آینده انعطاف‌پذیرتر و پایدارتری را برای همه ایجاد می‌کند (Sharma & Singh, 2025)، بنابراین حوزه سبز هم در حوزه کارآفرینی و هم در مؤسسات آموزش عالی مورد توجه قرار گیرد (Ramayah et al., 2019).

کارآفرینی سبز یک رویکرد در حال توسعه فرصت‌های تجاری جدید است و جایگزینی برای نگرانی‌های اجتماعی و محیط زیستی شناخته می‌شود (Mondal et al., 2023). کارآفرینی سبز آگاهی محیط‌زیستی را با عمل کارآفرینانه ترکیب کرده و بُعد اساسی در تغییرات به سمت مدل‌های تجاری پایدار را به‌وجود آورده است (Gibbs & O'Neill, 2014). رسالت کارآفرینی سبز حفاظت از اکوسیستم‌ها، بهبود کیفیت محیط‌زیست و کاهش جنگل‌زدایی است. ایجاد کارآفرینی سبز نه تنها وظیفه سازمان‌های تجاری است، بلکه مؤسسات آموزش عالی نیز باید با مشارکت اساتید و دانشجویان در این مسیر گام بردارند (Patzelt & Shepherd, 2011). کارآفرینی سبز در بستر آموزش عالی همچنان حوزه‌ای به نسبت ناشناخته باقی مانده است (Mawardi et al., 2025). از این رو مطالعه بر روی این موضوع ضرورت دارد.

حمایت سازمان‌های نهادی مانند دانشگاه‌ها کارآفرینی را تقویت می‌کند (Alvarez-Risco et al., 2021). دانشگاه‌ها با اتخاذ یک برنامه درسی سبز و تمرکز بر اقتصاد و کارآفرینی سبز با حمایت مالی در قالب طرح‌های رقابتی بسیاری از دانشجویان را به‌ویژه در صنایع استراتژیک سبز مانند تولید هوشمند، توسعه مواد جدید و انرژی سبز ترغیب می‌کنند که نشان‌دهنده قصد و نیت جدید دانشجویان برای راه‌اندازی مشاغل سبز است (Anjum et al., 2023). پیشرفت آموزش کارآفرینی سبز شده دانشجویان به نمایندگانی جدید در کارآفرینی سبز تبدیل شوند (Siefkes et al., 2025). نیت کارآفرینانه سبز تمایلات افراد برای ایجاد ساختار یک کارآفرین دوستدار محیط زیست است (Gieure et al., 2020). نگرش‌های شخصی، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک‌شده قوی‌تر برای تبدیل شدن به یک کارآفرین سبز می‌تواند پیامدهایی برای اقدام‌ها یا رفتارهای راه‌اندازی یک کسب‌وکار دوستدار محیط‌زیست داشته باشد و پیش‌بینی‌کننده خوبی برای رفتار این کارآفرینان باشد. نیت کارآفرینانه سبز به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده قابل‌اعتماد رفتار کارآفرینانه سبز عمل می‌کند و توسط محیط‌های آموزشی غنی تسهیل می‌شود (Ghodbane & Alwehabe, 2023; Long Nguyen et al., 2023).

آموزش کارآفرینی تغییر رفتار را با مهارت‌ها و اعتمادبه‌نفس کافی برای تبدیل نیت به اقدام ملموس تقویت می‌کند (Amankwah & Sesen, 2021)، همچنین خودکارآمدی و تعهد محیط زیستی این ارتباط را تقویت و انگیزه‌های درونی و سیستم‌های حمایتی خارجی کارآفرینی سبز را هدایت می‌کند (Qadir, 2023; Li et al., 2023; Chaudhry, 2024). حمایت دانشگاهیان از رفتار کارآفرینانه سبز دانشجویان پایداری علمی را ترویج می‌کند و آموزش کارآفرینی سبز دانشگاهی، راهنمایی و منابع، نیت دانشجویان در شیوه‌های اجرای تجارت پایدار را ارتقا می‌دهد (Ghodbane & Alwehabe, 2023). در داخل محیط دانشگاهی همراه با دوره‌های سفارشی آموزش کارآفرینی سبز، فرصت‌های یادگیری تجربی برای دستیابی دانشجویان به اهداف کارآفرینانه پایدار شکل می‌گیرد (Long Nguyen et al., 2022; Waris et al., 2022).

نگرش و نیت سبز کارآفرینی سبز رشد سازمان شده و در محیط‌هایی که با تعهد قوی به پایداری مدل می‌شوند (Zhao et al., 2025)، قابلیت‌ها و نگرش پیشگیرانه نسبت به تخریب محیط زیست همبستگی مثبتی بین گرایش کارآفرینی سبز، ادغام نگرش و توان کارآفرینی سبز ایجاد کرده است (Idrees & Xu, 2025). نظریه باور - هنجار (VBN) به‌طور مؤثر رفتار سبز را پیش‌بینی کرده و ممکن است نیت افراد را برانگیزد تا این رفتار کارآفرینانه سبز مدلی برای درک رفتار کارآفرینانه سبز باشد (Borkhani et al., 2025). کنترل رفتاری درک‌شده چالش‌برانگیزترین سازه بوده و قصد و نیت را پیش‌بینی کرده و به‌عنوان ادراک فرد از سهولت یا دشواری انجام رفتار است (Su et al., 2021). کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نیز برای افزایش کنترل درک‌شده خود بر کارآفرینی سبز، نوآوری را هدایت می‌کنند (Zhao et al., 2025).

بر مبنای مفاهیم مطالعه‌شده چهار مؤلفه نگرش نسبت به گردشگری پایدار، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری ادراک‌شده و آموزش کارآفرینی به‌عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته شده است که سهم هریک از این مؤلفه‌های چهارگانه در تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار مورد بررسی قرار می‌گیرد. توجه به این توضیحات، هنجارهای ذهنی درک‌شده و کنترل رفتار درک‌شده معادله‌ای برای پاسخ به ظرفیت‌های مدل‌های کسب‌وکار سبز و تأثیرگذاری بر کارآفرینی آنها هستند (Alimehmeti et

al., 2025). از این رو مرید سادات و معمل وند (۲۰۱۹) در مطالعه خود دریافتند عامل اقتصادی اولویت اول به‌شمار می‌رود و عامل محیط زیستی کمترین اهمیت را بین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی پایدار گردشگری روستایی دارد. حسنی و خادم (۲۰۲۳) بیان کردند که قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری، حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی و افزایش فرصت‌های کارآفرینی گردشگری از عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار است.

قنبری و همکاران (۲۰۱۵) دریافتند عوامل مرتبط با نقاط قوت، توسعه کارآفرینی در گردشگری روستاهای مورد مطالعه بالاترین رتبه را داشته‌اند و قرار گرفتن منطقه بر سر راه مواصلاتی کشور «در میان نقاط قوت»، «فرهنگ ضعیف کارآفرینی در میان ساکنان منطقه» و «قصور و کوتاهی مسئولان دست‌اندرکار» در میان نقاط ضعف، «وجود راه‌های متنوع‌تری برای کسب درآمد» در میان فرصت‌ها و «تخریب آثار تاریخی» و «تغییر کاربری اراضی و چشم‌انداز روستا» در میان تهدیدها بیشترین اهمیت را در این زمینه داشتند. رحمانی و همکاران (۲۰۱۸) بیان کردند که توسعه گردشگری تا حدودی بر افزایش متغیرهای ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی و نیت کارآفرینانه، اعتمادبه‌نفس، استقلال‌طلبی و توفیق‌طلبی و نیت کارآفرینی پایدار در سکونتگاه‌های روستایی منطقه مورد مطالعه مؤثر است. بهرامی‌پور و همکاران (۲۰۲۰) دریافتند عوامل اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی مؤلفه‌های شناسایی شده پژوهش ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی هستند.

جعفری‌مقدم و همکاران (۲۰۱۵) به این نتیجه رسیدند که توسعه کارآفرینی و نوآوری در سیاست گردشگری، تصویر مؤثر و کارآمد کشور در سطح بین‌المللی، بازاریابی محصول، توسعه سرمایه علمی و انسانی، توسعه و تقویت زیرساخت‌ها و بهبود محیط عملیاتی برای کسب‌وکارهای گردشگری عواملی مهم هستند. کاربیشه (۲۰۱۹) دریافت توسعه کارآفرینی اجتماعی گردشگری به افزایش نوآوری، ارتقای سطح فناوری، افزایش اشتغال، تولید دانش فنی و تولید و توزیع درآمد در سطح جامعه منجر می‌شود. شیخی و دیناروندنژاد (۲۰۲۴) دریافتند که امنیت و آرامش گردشگری، بودجه دولتی، منابع مالی بخش گردشگری، کارآفرینی، تقویت اقتصاد محلی، رقابت، دفاتر گردشگری، مؤسسات و آژانس‌های مسافرتی گردشگری، برگزاری جشنواره‌ها، وجود صنایع دستی، مشارکت شهروندان، ظرفیت تحمل محیط زیست، توسعه امکانات تفریحی و سرگرمی و مکان‌یابی مناسب مراکز تجاری بیشترین تأثیر را بر وضعیت توسعه گردشگری شهر شوش دارد.

جرجانی و همکاران (۲۰۲۰) طراحی الگوی شهرداری کارآفرین با محوریت آموزش گردشگری (مؤلفه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی) و نقش میانجی سرمایه اجتماعی با نرم‌افزار smart pls و جامعه آماری ۱۹۶ نفر از کارشناسان شهرداری گرگان به این نتیجه رسیدند که شهرداری کارآفرین بر آموزش گردشگری و سرمایه اجتماعی تأثیرگذار است. الگوی شهرداری کارآفرین راه را برای گسترش توسعه آموزش گردشگری و ارتقای مشارکت با کمک توسعه سرمایه اجتماعی مهیا می‌سازد. دسترنج و همکاران (۲۰۱۹) با هدف شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی گردشگری جزیره قشم، با استفاده از روش نظریه داده‌بنیاد انجام و با ۴۵ نفر از خبرگان و صاحب‌نظران حوزه گردشگری دریافتند که عوامل اجتماعی - فرهنگی، منابع انسانی، اصلاح قوانین و مقررات، مؤلفه‌های اقتصادی، زیرساخت‌ها و جاذبه‌های گردشگری و بهبود حمایت‌کننده‌ها در توسعه کارآفرینی گردشگری نقش داشته و منابع انسانی به‌عنوان مقوله محوری شناخته شده است.

لطفی و همکاران (۲۰۱۷) به این نتیجه رسیدند که آموزش، آگاهی، دانش و توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در منطقه مورد نظر در وضعیت مطلوبی قرار دارند و با افزایش میزان آموزش و آگاهی، میزان کارآفرینی اکوتوریستی نیز در منطقه مورد نظر توسعه و افزایش می‌یابد. کریمی‌حصاری و همکاران (۲۰۲۰) دریافتند که ارتباط منفی میان همدلی و قصد، همچنین همدلی و نگرش وجود دارد. آموزش نقشی مهمی در قصد کارآفرینی اجتماعی دانشجویان ایفا کرده و ضریب اثر کلی آن بیشتر از متغیرهای خودکارآمدی، نگرش و همدلی بوده است. Ivasciuc و Ispas (۲۰۲۳) دریافتند. انگیزه ذاتی در توسعه پایدار به‌عنوان گسترش سبک زندگی شخصی در نظر گرفته می‌شود، همچنین فناوری و توسعه زیرساخت‌ها سبب تحریک اشکال پایدار کارآفرینی در منطقه کوهستان می‌شود.

زنگ و همکاران^۱ (۲۰۲۴) دریافتند که همکاری بنگاه‌های گردشگری و جوامع سبب مشارکت‌های پایدار می‌شود و مشارکت فعال فرصت‌های کارآفرینی پایدار برای کاهش موانع منابع و تضاد منافع و افزایش عملکرد کارآفرینی پایدار گردشگری را به‌وجود می‌آورد. فیگورا و همکاران^۲ (۲۰۲۳) دریافتند که ویژگی‌های فردی مانند ریسک، نگرش‌های شخصی و کنترل رفتاری بر توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار مؤثر است. ادراکات اجتماعی مانند گریز از ریسک ابهام قابل‌توجهی در رویکردهای کارآفرینان تثبیت‌شده به‌ویژه در مورد پایداری و کارآفرینی ایجاد کرده است. دورته و همکاران^۳ (۲۰۲۳) به شناسایی کسب‌وکارهای ایجادشده و ارزیابی رشد آنها با استراتژی‌ها مربوط به منابع و ظرفیت داخلی و بازاریابی پرداختند. آنان برنامه‌های تدوین‌شده برای رشد را با توجه به تعادل لازم بین پیشرفت اقتصادی، محیط زیست، بهداشت عمومی و زمینه اجتماعی ارائه دادند. تورس والدس و همکاران^۴ (۲۰۱۹) دریافتند رویکرد رابطه‌ای برای مدیریت دانشگاه، کارآفرینی را افزایش داده و آگاهی اجتماعی در مورد کسب‌وکار گردشگری پایدار ایجاد می‌کند.

یوتامی و همکاران^۵ (۲۰۲۳) دریافتند که عواملی شامل مدیریت درآمد، توسعه واحدهای تجاری، رشد اقتصادی، همکاری متقابل، مشارکت، نوآوری، خلاقیت، آگاهی محیطی، مدیریت منابع و مدیریت بازدیدکنندگان در سه بُعد (پایداری اقتصادی، اجتماعی و محیطی) برای ایجاد روستای گردشگری پایدار موفق با کارآفرینی گردشگری روستایی را نشان داده است. صمد و الحرته^۶ (۲۰۲۲) دریافتند که ادراکات از کار زنان، تأثیر خودکارآمدی، رهبری توانمندساز و توانمندسازی روان‌شناختی به‌طور معنی‌دار و مثبتی بر مشارکت زنان کارآفرین در گردشگری مؤثرند سردیانو و همکاران^۷ (۲۰۱۶) دریافتند که کارآفرینان جوان‌تر در مورد پتانسیل پایداری آگاه‌ترند و بیشتر تمایل دارند از شیوه‌های گردشگری پایدار حمایت کنند. درآمد کارآفرین نیز یک پارامتر معنی‌دار آماری در برابر قصد کارآفرینی پایدار گردشگری است، همچنین ایجاد شبکه‌های دانش و وبسایت برای کسب‌وکار پایدار و ارتقای برچسب‌های زیست‌محیطی و سیستم‌های مدیریت گواهی‌شده در مشاغل گردشگری، برای ارتقای پایداری گردشگری مهم هستند. ارتاک و تانوا^۸ (۲۰۲۰) دریافتند که زنانی با ذهنیت رشد بالا، یعنی کسانی که معتقدند ویژگی‌های افراد مانند توانایی‌ها ثابت نیستند، سطح شکوفایی کمتری را تجربه کرده‌اند. این نتیجه ممکن است به‌دلیل وجود نابرابری جنسیتی باشد، آنتونوس و همکاران^۹ (۲۰۲۳) بینش‌هایی را برای اندازه‌گیری ادراک گردشگران در مورد کارآفرینی، سبک زندگی گردشگری، مدیریت کارآفرینی، بازاریابی گردشگری و پایداری کسب‌وکار ارائه دادند. الاکالیک و همکاران^{۱۰} (۲۰۲۵) دریافتند که نگرش کارآفرینانه دانشجویان زن جوان در رشته جهانگردی و هتلداری بر کارآفرینی پایدار و قصد کارآفرینی پایدار^{۱۱} تأثیر گذاشته و محیط خارجی درک‌شده، ازجمله دسترسی به منابع مالی، سیاست‌های دولتی و حمایت‌های آموزشی دانشگاه، تأثیر غیرمعنی‌داری دارد و تحت تأثیر درک جامعه است.

نتایج پژوهش کانت و نیگوس^{۱۲} (۲۰۲۵) بیانگر همبستگی مثبت پایداری هتل‌های اکولوژیک و طرز فکر کارآفرینی بوده و بر نقش تاکتیک‌های خلاقانه و تهاجمی در پیشبرد شیوه‌های پایدار تأکید می‌کند، دیاس و همکاران^{۱۳} (۲۰۲۴) در پژوهش خود پی بردند که برای پاسخگویی به نیازهای پیگیری شیوه‌های پایدار گردشگری، گام قابل‌توجهی به سمت ایجاد شکاف بین آکادمی و صنعت وجود دارد. به‌طور کلی نتایج مطالعات پیشین نشان می‌دهد توسعه کارآفرینی در گردشگری، به‌ویژه در مناطق روستایی، تحت تأثیر عوامل متعددی ازجمله عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی قرار دارد. این عوامل بر قصد و انگیزه کارآفرینی، توسعه نوآوری، نقش فناوری و پایداری کسب‌وکارها تأثیر می‌گذارند.

1. Zeng

2. Figueroa-Domecq

3. Duarte

4. Torres Valdés

5. Utami

6. Samad & Alharthi

7. Sardonianou

8. Ertac & Tanova

9. Antunes

10. Alakaleek

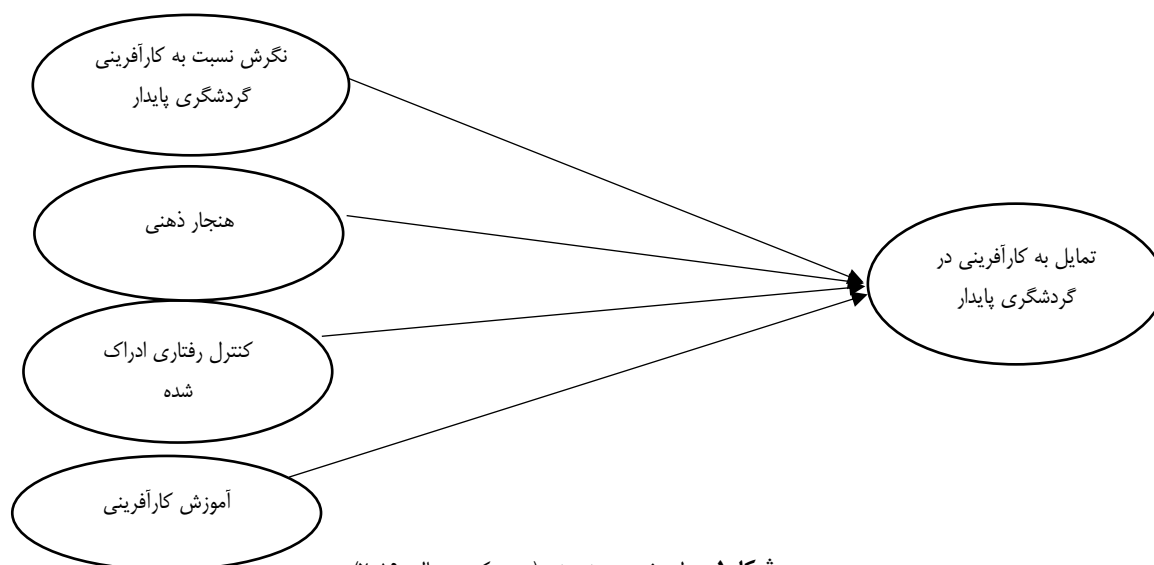
11. Sustainable entrepreneurship intention

12. Kant & Niguse

13. Dias

با این حال بسیاری از مطالعات بر عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی بین عموم جامعه تمرکز کرده‌اند و در این مطالعات کمتر به بررسی نقش دانشجویان و دانش‌آموختگان گردشگری، به‌عنوان نسل آینده کارآفرینان پرداخته شده است، همچنین بررسی جامعی از عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی پایدار در این گروه، با توجه به شرایط خاص ایران، انجام نشده است. بر این اساس و به‌منظور پر کردن این خلأهای علمی، این پژوهش با هدف بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی در حوزه گردشگری پایدار بین دانشجویان و دانش‌آموختگان گردشگری (مطالعه موردی: دانشگاه‌های ایران) انجام شده است. این پژوهش با تمرکز بر این گروه خاص و با در نظر گرفتن شرایط بومی، به دنبال شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکارهای گردشگری پایدار و ارائه توصیه‌های سیاستی برای حمایت از کارآفرینی پایدار در این حوزه است. بدین ترتیب پژوهش حاضر چهار فرضیه اصلی را دنبال می‌کند:

- نگرش کارآفرینی دانشجویان و دانش‌آموختگان گردشگری تأثیر مثبت و معناداری بر تمایل کارآفرینی آنان در گردشگری پایدار دارد.
- هنجار ذهنی دانشجویان و دانش‌آموختگان گردشگری تأثیر مثبت و معناداری بر تمایل کارآفرینی آنان در گردشگری پایدار دارد.
- کنترل رفتاری ادراک‌شده دانشجویان و دانش‌آموختگان گردشگری تأثیر مثبت و معناداری بر تمایل کارآفرینی آنان در گردشگری پایدار دارد.
- آموزش کارآفرینی دانشجویان و دانش‌آموختگان گردشگری تأثیر مثبت و معناداری بر تمایل کارآفرینی آنان در گردشگری پایدار دارد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش (منبع: کیم و هال، ۲۰۱۹)

۲. روش‌شناسی پژوهش

روش این پژوهش توصیفی، تحلیلی و بر اساس هدف، کاربردی است. اطلاعات مورد نیاز این پژوهش از روش کتابخانه‌ای جمع‌آوری شد. در این پژوهش به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات مرتبط با ادبیات تحقیق و مباحث نظری مورد نیاز از منابع متفاوتی شامل کتب و مقالات فارسی و انگلیسی، پایان‌نامه‌ها، سایت‌های اینترنتی معتبر مانند Scimedirect، Tandfonline، مجلات داخلی و خارجی معتبر مانند Annals of Tourism Research، International Journal of Information Management، Tourism Management، Sustainability، International Journal of Environmental Research، International Journal of Contemporary Hospitality، Management، Journal of Business Research، Journal of Sustainable Tourism، Journal of Sustainable Business، International Entrepreneurship and Management Journal، نشریه کسب‌وکار اجتماعی،

برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، گردشگری و توسعه، مجله پژوهش‌های کارآفرینی، مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، فصلنامه جغرافیا، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری استفاده شده است. این مطالعه از مدل توسعه‌یافته نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده (TPB) و آموزش کارآفرینی برای توسعه یک چارچوب نظری استفاده می‌کند. این مدل روی ۲۰۴ دانشجوی و دانش‌آموخته گردشگری در گروه‌های گردشگری یا مدیریت جهانگردی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری بررسی شد. دانشگاه‌های مورد مطالعه در این پژوهش دانشگاه تهران، دانشگاه مازندران، دانشگاه گیلان، دانشگاه علامه و دانشگاه سمنان هستند. اطلاعات مورد نیاز برای تحلیل مدل با استفاده از پرسشنامه آنلاین جمع‌آوری شده است. برای بررسی و تأیید روایی پرسش‌نامه حاضر، روایی محتوا و روایی سازه پرسش‌نامه مورد بررسی قرار گرفت. به‌منظور بررسی و تأیید روایی محتوا، پرسش‌نامه در اختیار تعدادی از اساتید گردشگری قرار گرفت تا نظرات اصلاحی خود را اعمال کنند که با اعمال این اصلاحات، نسخه نهایی پرسش‌نامه تهیه شد. برای داده‌های پژوهش و آزمون فرضیه‌ها از آمار توصیفی و استنباطی و نرم‌افزارهای آماری Smart PLS3 و SPSS23 استفاده شده است. به این صورت که نرم‌افزار SPSS برای محاسبه ضریب آلفای کرونباخ، همچنین خلاصه‌سازی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی اعضای نمونه آماری استفاده شده و ضریب آلفای کرونباخ برای تمام سازه‌ها بالاتر از ۰/۷ به‌دست آمده است.

۳. یافته‌های پژوهش

با توجه به یافته‌های حاصل از پرسش‌های عمومی حاصل از تحلیل SPSS23 (جدول ۱)، ۴۰/۷ درصد پاسخگویان مرد و ۵۹/۳ درصد آنها زن هستند. ۷۰/۶ درصد آنها را افراد مجرد و ۲۹/۴ درصد از پاسخ‌دهندگان را افراد متأهل تشکیل داده‌اند. ۶۴/۲ درصد از افراد دارای تحصیلات کارشناسی بوده‌اند که بالاترین درصد پاسخگویان را تشکیل داده‌اند. از مجموع افراد پاسخ‌دهنده ۱۲/۷ درصد کارمند بخش خصوصی و ۱۶/۷ درصد کارمند بخش دولتی بودند، ۱۷/۶ درصد آنان شغل آزاد داشتند، همچنین ۴۸ درصد افراد پاسخ‌دهنده دانشجوی بودند. ۳۹/۲ درصد از افراد پاسخ‌دهنده درآمدی بیش از ۳۰ میلیون تومان در سال داشته‌اند. از میان پاسخ‌دهندگان ۳۵/۳ درصد افراد سابقه کاری در حوزه گردشگری (به‌صورت پیمانی‌کاری یا قراردادی یا استخدامی) نداشته‌اند، ۲۸/۹ درصد از افراد سابقه‌ای کمتر از یک سال داشته‌اند. ۲۱/۱ درصد افراد از یک تا ۳ سال سابقه کار داشتند. ۷/۸ درصد از افراد بین ۳ تا ۵ سال سابقه کار داشته و ۶/۹ درصد از افراد نیز بیش از ۵ سال سابقه کار در یکی از حوزه‌های مرتبط با گردشگری داشته‌اند، همچنین ۴۰/۲ درصد پاسخ‌دهندگان تجربه‌ای (هرچند کوچک) در زمینه کارآفرینی داشتند، اما ۵۹/۸ درصد افراد هیچ تجربه‌ای در زمینه کارآفرینی نداشته‌اند. همچنین ۸۷/۳ پاسخ‌دهندگان علاقه‌مند راه‌اندازی کسب‌وکار در حوزه گردشگری پایدار هستند.

جدول ۱ یافته‌های توصیفی حاصل از ویژگی‌های جمعیت شناختی (منبع: یافته‌های مستخرج از پرسشنامه، ۱۴۰۴)

متغیر	شرح	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۸۳	
	زن	۱۲۱	
وضعیت تأهل	مجرد	۱۴۴	۷۰/۶
	متأهل	۶۰	۲۹/۴
سن	بین ۱۸ تا ۲۲ سال	۴۶	۲۲/۵
	بین ۲۳ تا ۲۷ سال	۸۴	۴۱/۲
	بین ۲۸ تا ۳۵ سال	۵۲	۲۵/۵
	بین ۳۶ تا ۴۰ سال	۱۷	۸/۳
	بین ۴۱ تا ۴۵ سال	۴	۲
	بیش از ۴۵ سال	۱	۰/۵
	کاردانی	۱۸	۸/۸
تحصیلات	کارشناسی	۱۳۱	۶۴/۲
	کارشناسی ارشد	۴۱	۲۰/۱
	دکتر	۱۴	۶/۹

کارمند بخش خصوصی	۲۶	۱۲.۷
کارمند بخش دولتی	۳۴	۱۶.۷
آزاد	۳۶	۱۷.۶
بازنشسته	۱	۰/۵
دانشجو	۹۸	۴۸
خانه‌دار	۶	۲/۹
بیکار	۳	۱/۵
کمتر از ۱۰ میلیون	۱۰	۴/۹
۱۰ تا ۱۵ میلیون	۸	۳/۹
۱۵ تا ۲۰ میلیون	۲۹	۱۴/۲
۲۰ تا ۲۵ میلیون	۳۵	۱۷/۲
۲۵ میلیون تا ۳۰ میلیون	۴۲	۲۰/۶
بیشتر از ۳۰ میلیون تومان	۸۰	۳۹/۲
ندارم	۷۲	۳۵/۳
کمتر از ۱ سال	۵۹	۲۸/۹
از ۱ تا ۳ سال	۴۳	۲۱/۱
۳ تا ۵ سال	۱۶	۷/۸
بیش از ۵ سال	۱۴	۶/۹
دارد	۸۲	۴۰/۲
ندارد	۱۲۲	۵۹/۸
هستم	۱۷۸	۸۷/۳
نیستم	۲۶	۱۲/۷

شغل

درآمد سالانه

سابقه کار در حوزه گردشگری

تجربه کارآفرینی

علاقه‌مند راه‌اندازی کسب‌وکار در حوزه

گردشگری پایدار

در بررسی فرضیه‌ها از آزمون همبستگی پیرسون در SPSS23 برای آزمون رابطه متغیرها استفاده شد. مطابق جدول ۲، ضریب همبستگی پیرسون در رابطه میان نگرش نسبت به کارآفرینی گردشگری پایدار و تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار $0/682$ محاسبه شد که این عدد بیشتر از $0/6$ است ($r > 0/6$)، همچنین سطح معناداری نیز کمتر از $0/005$ به دست آمد ($P=0/000$)، بنابراین بین نگرش نسبت به کارآفرینی گردشگری پایدار و تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار رابطه‌ای معنادار و قوی برقرار است.

جدول ۲. نتایج آزمون همبستگی پیرسون میان متغیرهای نگرش نسبت به کارآفرینی گردشگری پایدار و تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار (منبع: نتایج مستخرج از پرسشنامه، ۱۴۰۴)

روابط مستقیم	نگرش نسبت به کارآفرینی گردشگری پایدار	تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار
ضریب همبستگی پیرسون	۱	$0/682$
نگرش نسبت به کارآفرینی گردشگری پایدار	سطح معناداری	$0/000$
تعداد نمونه	۲۰۴	۲۰۴
ضریب همبستگی پیرسون	$0/682$	۱
تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار	سطح معناداری	$0/000$
تعداد نمونه	۲۰۴	۲۰۴

همچنین ضریب همبستگی پیرسون در رابطه میان هنجار ذهنی و تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار $0/715$ محاسبه شد و این عدد بیشتر از $0/6$ است ($r > 0/6$)، سطح معناداری نیز کمتر از $0/005$ به دست آمد ($P=0/000$)، بنابراین بین هنجار ذهنی و تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار نیز رابطه‌ای معنادار و قوی برقرار است.

جدول ۳. نتایج آزمون همبستگی پیرسون میان هنجار ذهنی و تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار (منبع: نتایج مستخرج از پرسشنامه، ۱۴۰۴)

روابط مستقیم	هنجار ذهنی	تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار
هنجار ذهنی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۷۱۵
	سطح معناداری	۰/۰۰۰
	تعداد نمونه	۲۰۴
تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۷۱۵
	سطح معناداری	۰/۰۰۰
	تعداد نمونه	۲۰۴

افزون بر این ضریب همبستگی پیرسون در رابطه میان کنترل رفتاری ادراک‌شده و تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار ۰/۶۲۹ محاسبه شد و این عدد بیشتر از ۰/۶ است ($r > 0/6$ ، $r > 0/8$)، همچنین سطح معناداری نیز کمتر از ۰/۰۰۵ به‌دست آمد ($P=0/000$)، بنابراین بین کنترل رفتاری ادراک‌شده و تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار نیز رابطه‌ای معنادار و قوی برقرار است.

جدول ۴. نتایج آزمون همبستگی پیرسون میان کنترل رفتاری ادراک‌شده و تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار (منبع: نتایج مستخرج از پرسشنامه، ۱۴۰۴)

روابط مستقیم	کنترل رفتاری ادراک‌شده	تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار
کنترل رفتاری ادراک‌شده	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۶۲۹
	سطح معناداری	۰/۰۰۰
	تعداد نمونه	۲۰۴
تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۶۲۹
	سطح معناداری	۰/۰۰۰
	تعداد نمونه	۲۰۴

همچنین ضریب همبستگی پیرسون در رابطه میان آموزش کارآفرینی و تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار ۰/۶۹۲ محاسبه شد که این عدد بیشتر از ۰/۶ است ($r > 0/6$ ، $r > 0/8$)، سطح معناداری نیز کمتر از ۰/۰۰۵ به‌دست آمد ($P=0/000$)، بنابراین بین آموزش کارآفرینی و تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار نیز رابطه‌ای معنادار و قوی برقرار است.

جدول ۵. نتایج آزمون همبستگی پیرسون میان آموزش کارآفرینی و تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار (منبع: نتایج مستخرج از پرسشنامه، ۱۴۰۴)

روابط مستقیم	آموزش کارآفرینی	تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار
آموزش کارآفرینی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۶۹۲
	سطح معناداری	۰/۰۰۰
	تعداد نمونه	۲۰۴
تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۶۹۲
	سطح معناداری	۰/۰۰۰
	تعداد نمونه	۲۰۴

علاوه بر این، ضرایب رگرسیونی نیز برای متغیرهای مستقل شامل نگرش نسبت به کارآفرینی گردشگری پایدار (۰/۳۴۰)، هنجار ذهنی (۰/۲۸۵)، کنترل رفتاری ادراک‌شده (۰/۰۴۶) و آموزش کارآفرینی (۰/۲۱۲) نیز در بازه میان صفر و یک قرار دارد،

بنابراین نشان‌دهنده تأثیر مستقیم و معنی‌دار متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته (تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار) است (شکل ۶).

جدول ۶. نتایج بررسی ضریب مسیر (منبع: نتایج مستخرج از پرسشنامه، ۱۴۰۴)

روابط مستقیم	مقدار آماره تی	سطح معناداری
نگرش نسبت به کارآفرینی گردشگری پایدار - تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار	۴/۰۷۸	۰/۰۰۰
هنجار ذهنی - تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار	۲/۴۱۱	۰/۰۱۶
کنترل رفتاری ادراک شده - تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار	۰/۳۲۴	۰/۷۴۶
آموزش کارآفرینی - تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار	۱/۸۸۲	۰/۰۶۰

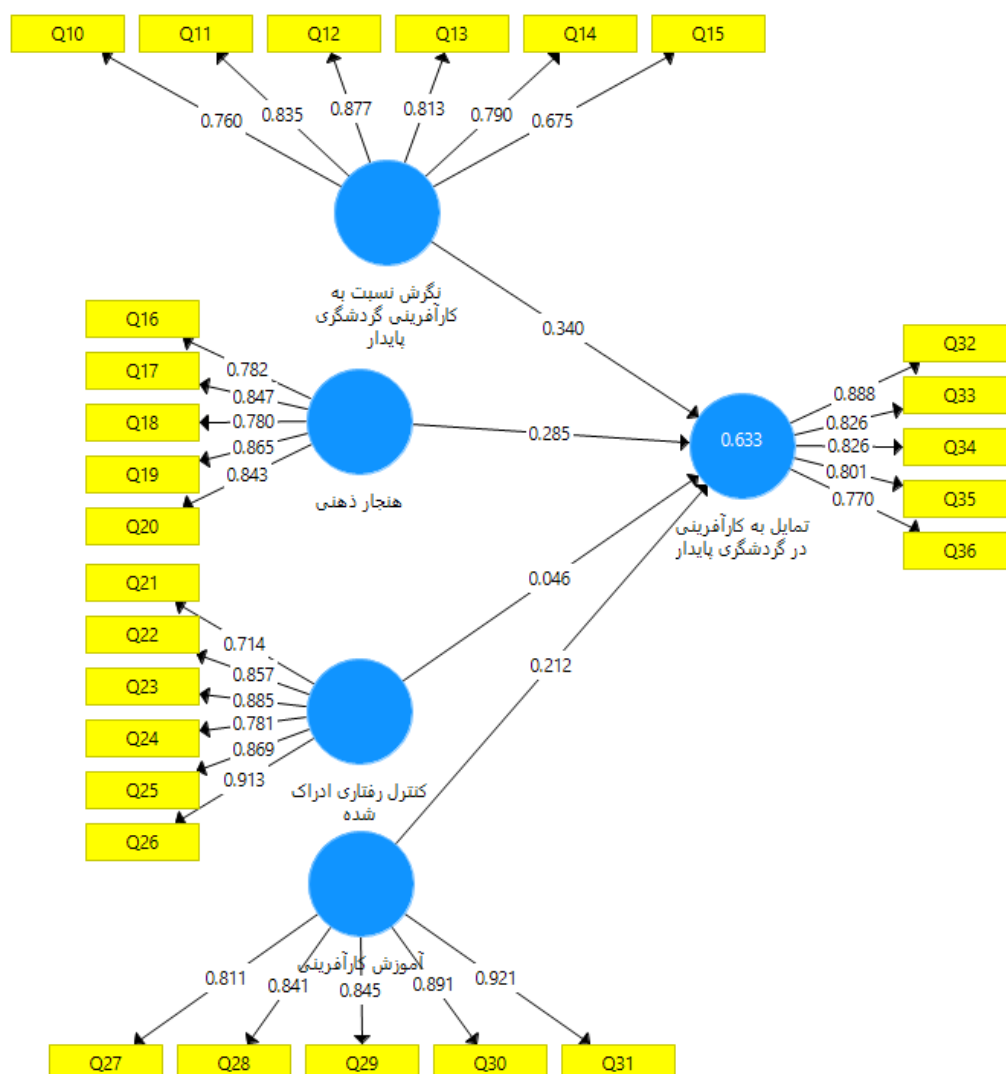
در نرم‌افزار Smart PLS به بررسی روایی و پایایی سؤال‌های پرسشنامه پرداخته شد. تمام سؤال‌های پرسشنامه بار عاملی بیشتر از ۰/۴ قرار داشتند، بنابراین هیچ کدام از سؤال‌های پرسشنامه حذف نشد (شکل ۶). همچنین برای معناداری ضرایب عاملی متغیرها باید ضریب معناداری (t-value) آنها خارج از بازه ۱/۹۶ تا ۱/۹۶- باشد. در مرحله بررسی پایایی روایی و پایایی، غربالگری انجام شد، تمام ضرایب مربوط به متغیرها در مدل نهایی خارج از بازه بحرانی قرار گرفت. در بررسی فرضیه اول مقدار آماره تی برای اثر مستقیم نگرش نسبت به کارآفرینی در گردشگری پایدار بر تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار عددی بیشتر از ۱/۹۶ (۴/۰۷۸) و سطح معناداری آن کمتر از ۰/۰۵ (۰/۰۰۰) است، بنابراین این رابطه با اطمینان ۹۵ درصد برقرار است، پس فرضیه اول اثبات می‌شود. در بررسی فرضیه دوم مقدار آماره تی برای اثر مستقیم هنجار ذهنی بر تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار عددی بالاتر از ۱/۹۶ (۲/۴۱۱) و سطح معناداری آن کمتر از ۰/۰۵ (۰/۰۱۶) است، بنابراین این رابطه با اطمینان ۹۵ درصد برقرار است. از این رو فرضیه دوم نیز اثبات می‌شود (جدول ۵)، اما مطابق جدول ۵، در بررسی فرضیه سوم، مقدار آماره تی برای اثر مستقیم کنترل رفتاری ادراک شده بر تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار عددی کمتر از ۱/۹۶ (۰/۳۲۴) و سطح معناداری آن بیشتر از ۰/۰۵ (۰/۷۴۶) است، بنابراین این رابطه برقرار نیست و فرضیه سوم رد می‌شود، همچنین در تأثیر آموزش کارآفرینی بر تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار عدد ۱/۸۸۲ حاصل شده است (جدول ۵) که این عدد در بازه ۱/۹۶ تا ۱/۹۶- قرار دارد، همچنین سطح معناداری آن بیشتر از ۰/۰۵ (۰/۰۶) است، از این رو این رابطه تأیید نمی‌شود، بنابراین فرضیه چهارم نیز رد می‌شود.

جدول ۷. بررسی روایی و پایایی (منبع: نتایج مستخرج از پرسشنامه، ۱۴۰۴)

آلفای کرونباخ	Rho-A	ضریب پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراج شده
آموزش کارآفرینی	۰/۹۱۳	۰/۹۱۴	۰/۷۴۴
تمایل به کارآفرینی	۰/۸۸۱	۰/۸۸۹	۰/۶۷۸
نگرش نسبت به کارآفرینی	۰/۸۸۲	۰/۸۸۹	۰/۶۳۱
هنجار ذهنی	۰/۸۸۲	۰/۸۹۱	۰/۶۷۹
کنترل رفتاری ادراک شده	۰/۹۲۲	۰/۹۲۵	۰/۷۶۴

مطابق شکل زیر عدد درون دایره متغیر وابسته (تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار) نشان‌دهنده ضریب تعیین R2 هستند. به این معناست که متغیرهای مستقل به چه میزان می‌توانند واریانس متغیر وابسته را تبیین کنند. این عدد نشان‌دهنده دقت پیش‌بینی ما است که به چه میزان می‌توانیم به وسیله متغیر مستقل، متغیر وابسته را بیان کنیم. این عدد در بازه صفر تا یک قرار می‌گیرد. هرچه این عدد به یک نزدیک‌تر باشد نشان‌دهنده دقت بالاتر مدل و هرچه به صفر نزدیک‌تر باشد نشان‌دهنده عدم دقت مدل است. از آنجایی که این عدد در یافته‌های پژوهش ۰/۶۳۳ به دست آمد، بنابراین دقت مدل در حد خوب است. در جدول ۷ نیز به بررسی آلفای کرونباخ، ضریب پایایی ترکیبی (Composite Reliability) و میانگین واریانس استخراج شده (AVE) پرداخته شده است. آلفای کرونباخ معیاری برای پایایی پرسشنامه و مدل محسوب می‌شود و مقدار آن باید بالای ۰/۷ باشد که در تمام متغیرها در وضع مطلوبی قرار دارد. ضریب پایایی ترکیبی نیز به منظور پایایی پرسشنامه و مدل مورد استفاده قرار می‌گیرد و معیار مناسب‌تری نسبت به آلفای کرونباخ است. معیار سنجش این ضریب نیز ۰/۷ است که با توجه به جدول ۷ تمام متغیرها ضریب پایایی ترکیبی

بالتر از ۰/۷ را دارند. برای بررسی روایی همگرا از میانگین واریانس استخراج‌شده استفاده می‌کنیم. این عدد باید بیش از ۰/۵ باشد. در این پژوهش نیز هم روایی و هم پایایی مورد تأیید است.



شکل ۲. مدل اندازه‌گیری در حالت تخمین ضرایب

۴. بحث و نتیجه‌گیری

این مطالعه از مدل توسعه‌یافته نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده (TPB) و آموزش کارآفرینی برای توسعه یک چارچوب نظری استفاده می‌کند. این مدل روی ۲۰۴ دانشجو و دانش‌آموخته گردشگری در گروه‌های گردشگری یا مدیریت جهانگردی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری بررسی شده است. دانشگاه‌های مورد مطالعه در این پژوهش دانشگاه تهران، دانشگاه مازندران، دانشگاه گیلان، دانشگاه علامه و دانشگاه سمنان هستند. اطلاعات مورد نیاز برای تحلیل مدل با استفاده از پرسشنامه آنلاین جمع‌آوری شده است. یافته‌های حاصل از بررسی آلفای کرونباخ، ضریب پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج‌شده حاکی از آن است که در این پژوهش هم روایی و هم پایایی مورد تأیید است. نتایج حاصل از بررسی ضریب تعیین R^2 ، حاکی از دقت بالای مدل است.

در فرضیه اول مقدار آماره تی اثر مستقیم نگرش نسبت به کارآفرینی در گردشگری پایدار بر تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار عددی بیشتر از $1/96$ ($4/078$) و سطح معناداری آن کمتر از $0/05$ ($0/000$) است، بنابراین این رابطه با اطمینان ۹۵ درصد برقرار است. پس فرضیه اول اثبات می‌شود. نگرش نسبت به کارآفرینی در گردشگری پایدار بر تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار مؤثر خواهد بود. نقش دانشگاه در نگرش پرورش‌یافته تأثیر بر گردشگری پایدار از طریق کارآفرینی با آموزش برنامه‌های درسی سبز، حمایت از طرح‌های رقابتی، الگوسازی زیرساختی و پیوند صنعت - دانشگاه ایجاد می‌شود، همچنین نتایج این فرضیه با نظریات (Anjum et al., 2023)، (حسنی و خادم، ۲۰۲۳) و (Alakaleek et al., 2025) همسو است. این همسویی در زمینه تأثیر نگرش‌ها و آموزش‌های تخصصی بر توسعه کارآفرینی در حوزه گردشگری پایدار مشاهده می‌شود.

در فرضیه دوم مقدار آماره تی اثر مستقیم هنجار ذهنی بر تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار عددی بالاتر از $1/96$ ($2/411$) و سطح معناداری آن کمتر از $0/05$ ($0/016$) است، بنابراین این رابطه با اطمینان ۹۵ درصد برقرار است. از این رو فرضیه دوم نیز اثبات می‌شود (جدول ۵) و هنجار ذهنی بر تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار تأثیر معناداری دارد. هنجارهای ذهنی با انگیزه‌های اجتماعی سبب شکل‌گیری نیت کارآفرینانه سبز و در نتیجه توسعه کسب‌وکارهای گردشگری پایدار می‌شود، همچنین این فرضیه با نظرات الوهابی و گدبانه (۲۰۲۳) و همچنین لانگ نگوین و همکاران (۲۰۲۲) همسو است.

اما مطابق جدول ۵، در بررسی فرضیه سوم، مقدار آماره تی برای اثر مستقیم کنترل رفتاری ادراک‌شده بر تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار عددی کمتر از $1/96$ ($0/324$) و سطح معناداری آن بیشتر از $0/05$ ($0/746$) است، بنابراین این رابطه برقرار نیست و فرضیه سوم رد می‌شود و کنترل رفتاری ادراک‌شده بر تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار تأثیر معناداری ندارد. این فرضیه با نظر علی مهمتی و همکاران^۱ (۲۰۲۵) مبتنی بر تأثیر کنترل رفتاری ادراک‌شده بر تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار مغایرت دارد و همسو نیست، همچنین در تأثیر آموزش کارآفرینی بر تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار عدد $1/882$ حاصل شده است (جدول ۵) که این عدد در بازه $1/96$ تا $1/96$ - قرار دارد. سطح معناداری آن بیشتر از $0/05$ ($0/06$) است، از این رو این رابطه تأیید نمی‌شود. فرضیه چهارم نیز رد می‌شود و آموزش کارآفرینی بر تمایل به کارآفرینی در گردشگری پایدار تأثیر مثبت و معناداری ندارد. این فرضیه مغایر با نظرات Long Nguyen لانگ نگوین و همکاران (۲۰۲۲)، واریس و همکاران (۲۰۲۲)، جرجانی و همکاران (۱۳۹۹) و تورس والتس (۲۰۱۹) است.

^۱. Alimehmeti

References

- Agyeiwaah, E. (2020). The contribution of small accommodation enterprises to sustainable solid waste management. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 1–9. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.04.013>
- Ahmadzadeh, M., Salarzahi, H., & Yaghoubi, N. (2014). The study and analyzing effectiveness of entrepreneurship education in the field of entrepreneurship by using of satisfaction matrix model. *Public Management Research*, 6(22), 107–132. (In Persian). <https://doi.org/10.22111/jmr.2014.1591>
- Alakaleek, W., Harb, A., & Alzyoud, S. (2025). Toward a sustainable entrepreneurship future: Exploring sustainable entrepreneurial attitudes and intention among young women in an emerging economy. *Social Enterprise Journal*. <https://doi.org/10.1108/SEJ-09-2023-0115>
- Alimehmeti, G., Ndoka, E., & Paletta, A. (2025). Cultivating green pioneers: Examining the antecedents of sustainable entrepreneurial intent in higher education. *International Journal of Sustainability in Higher Education*. <https://doi.org/10.1108/IJSHE-03-2024-0206>
- Alvarez-Risco, A., Młodzianowska, S., García-Ibarra, V., Rosen, M. A., & Del-Aguila-Arcentales, S. (2021). Factors affecting green entrepreneurship intentions in business university students in COVID-19 pandemic times: Case of Ecuador. *Sustainability*, 13(11), 6447. <https://doi.org/10.3390/su13116447>
- Amankwah, J., & Sesen, H. (2021). On the relation between green entrepreneurship intention and behavior. *Sustainability*, 13(13), 7474. <https://doi.org/10.3390/su13137474>
- Amousa, F., Fazli, S., & Arasti, Z. (2024). Identifying and prioritizing effective strategies on the development of green entrepreneurship in the field of urban waste management. *Social Business*, 1(1), 1–20. (In Persian). <https://doi.org/10.22059/jsbu.2024.101240>
- Anjum, T., Amoozegar, A., Farrukh, M., & Heidler, P. (2022). Entrepreneurial intentions among business students: The mediating role of attitude and the moderating role of university support. *Education+ Training*, 65(4), 587–606. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2021-0020>
- Antunes, M., Dias, A., Gonçalves, F., Sousa, B., & Pereira, L. (2023). Measuring sustainable tourism lifestyle entrepreneurship orientation to improve tourist experience. *Sustainability*, 15(2), 1201. <https://doi.org/10.3390/su15021201>
- Aparicio, S., Urbano, D., & Audretsch, D. (2021). Institutional factors, opportunity entrepreneurship, and economic growth: Panel data evidence. *Technological Forecasting and Social Change*, 155, 119998. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119998>
- Bahramipour, A., Mostaghimi, M. R., Hoseini, S. M. R., & Shojaei, S. (2020). Identify the dimensions and components of tourism entrepreneurship in order to achieve sustainable rural development. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 7(2), 19–30. (In Persian). <https://doi.org/10.22069/jead.2021.18726.1445>
- Bobkova, A., Andryeyeva, N., Verbivska, L., Kozlovtsseva, V., & Velychko, V. (2020). Environmental responsibility in the development of green entrepreneurship. *Studies of Applied Economics*, 38(4). <https://doi.org/10.25115/eea.v38i4.4003>
- Borkhani, F. R., Barati, A. A., Khaleghi, B., & Azizi-Khalkheili, T. (2025). Evaluating the effect of environmental beliefs on the intention to green entrepreneurial behavior. *International Journal of Environmental Research*, 19(1), 41. <https://doi.org/10.1007/s41742-024-00712-4>
- Dastranj, H., Kazemi, M., Kord, B., Kamalian, A., & Roshan, S. A. (2019). Study of the dimensions and components of tourism entrepreneurship development using grounded theory methodology (case study: Qeshm Island). *Quarterly Journal of Geography (Regional Planning)*, 9(34), 97–111. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286462.1398.9.2.7.3>
- Day, J., & Mody, M. (2016). Social entrepreneurship typologies and tourism: Conceptual frameworks. In *Social entrepreneurship and tourism: Philosophy and practice* (pp. 65–84). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-46518-0_4
- Dias, M. F., Amorim, M., Macedo, M., Brandão, F., & Madureira, R. (2024). Empowering sustainable tourism: The crucial role of education and continuous learning. In *18th International Technology, Education and Development Conference*. <https://doi.org/10.21125/inted.2024.1377>
- Dolnicar, S., & Demeter, C. (2024). Why targeting attitudes often fails to elicit sustainable tourist behaviour. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(3), 730–742. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2022-0828>

- Dolnicar, S. (2020). Designing for more environmentally friendly tourism. *Annals of Tourism Research*, 84, 102933. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102933>
- Dolnicar, S., & Greene, D. (2025). Research for environmentally sustainable tourism—All talk, no action? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 62, 28–33. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.12.002>
- Duarte, M., Dias, Á., Sousa, B., & Pereira, L. (2023). Lifestyle entrepreneurship as a vehicle for leisure and sustainable tourism. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(4), 3241. <https://doi.org/10.3390/ijerph20043241>
- Ertac, M., & Tanova, C. (2020). Flourishing women through sustainable tourism entrepreneurship. *Sustainability*, 12(14), 5643. <https://doi.org/10.3390/su12145643>
- Entrialgo, M., & Iglesias, V. (2016). The moderating role of entrepreneurship education on the antecedents of entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 1209–1232. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0389-4>
- Figueroa-Domecq, C., Kimbu, A., de Jong, A., & Williams, A. M. (2023). Sustainability through the tourism entrepreneurship journey: A gender perspective. In *Gender and tourism sustainability* (pp. 139–157). Routledge.
- Forster, F., & Grichnik, D. (2013). Social entrepreneurial intention formation of corporate volunteers. *Journal of Social Entrepreneurship*, 4(2), 153–181. <https://doi.org/10.1080/19420676.2013.777358>
- Ghodbane, A., & Alwehabie, A. (2023). Academic entrepreneurial support, social capital, and green entrepreneurial intention: Does psychological capital matter for young Saudi graduates? *Sustainability*, 15(15), 11827. <https://doi.org/10.3390/su151511827>
- Gibbs, D., & O'Neill, K. (2014). Rethinking sociotechnical transitions and green entrepreneurship: The potential for transformative change in the green building sector. *Environment and Planning A*, 46(5), 1088–1107. <https://doi.org/10.1068/a46259>
- Gieure, C., del Mar Benavides-Espinosa, M., & Roig-Dobón, S. (2020). The entrepreneurial process: The link between intentions and behavior. *Journal of Business Research*, 112, 541–548. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.088>
- Gorjani, M. E., Ashrafi, M., Hosseini, S. M. R., & Cheraghali, M. R. (2020). Designing an entrepreneurial municipality model with an emphasis on tourism education and the mediating role of social capital. *Journal of Educational Leadership and Management*, 14(2), 131–147. (In Persian). <https://civilica.com/doc/1847502>
- Gössling, S., Humpe, A., & Sun, Y. Y. (2024). On track to net-zero? Large tourism enterprises and climate change. *Tourism Management*, 100, 104842. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104842>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Greene, D., & Dolnicar, S. (2024). On the importance of precise language use. *Annals of Tourism Research*, 104, 103707. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103707>
- Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the contemporary sustainability discourse. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044–1060. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456>
- Hallak, R., Assaker, G., & Lee, C. (2018). Tourism entrepreneurship performance: The effects of place identity, self-efficacy, and gender. *Journal of Travel Research*, 57(3), 372–387. <https://doi.org/10.1177/0047287517696977>
- Hasani, A., & Khadem, F. (2023). The role of effective factors on the development of rural women's entrepreneurship in sustainable tourism economy (case study: Kandovan village). *Journal of Entrepreneurship Research*, 2(4), 15–32. (In Persian). <https://doi.org/10.22034/jer.2023.2013241.1056>
- Idrees, H., Xu, J., & Andrianarivo Andriandafiarisoa Ralison, N. A. (2025). Green entrepreneurial orientation and knowledge creation process as enablers of green innovation performance: The moderating role of resource orchestration capability. *European Journal of Innovation Management*, 28(3), 754–782. <https://doi.org/10.1108/EJIM-02-2023-0143>
- Ivasciuc, I. S., & Ispas, A. (2023). Exploring the motivations, abilities and opportunities of young entrepreneurs to engage in sustainable tourism business in the mountain area. *Sustainability*, 15(3), 1956. <https://doi.org/10.3390/su15031956>

- Jafari Moghadam, S., Zali, M., & SanaiePour, H. (2015). Entrepreneurship development policymaking in tourism: A comparative study of selected countries. *Public Policy*, 1(4), 21–40. (In Persian). <https://doi.org/10.22059/ppolicy.2016.58174>
- John, B. (2025). Responsible green tourism: Advancing sustainable travel practices.
- John, B. (2025). Sustainable green tourism: Paving the way for eco-friendly travel development.
- Kant, S., & Niguse, T. (2025). Effect of entrepreneurship orientation on eco-hotels sustainability with mediation of customer loyalty in Ethiopia. *Journal of Sustainable Business*, 10(1), 4. <https://doi.org/10.1186/s40991-025-00106-5>
- Karimi Hesari, F., Roustaei, A., & Moradi, S. (2020). Investigating students' social entrepreneurial intentions in the tourism industry with emphasis on the educational role of universities. *Tourism and Development*, 9(1), 173–187. (In Persian). <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.205834.1857>
- Karpisheh, L. (2019). Development of tourism based on social entrepreneurship. *Geography and Human Relations*, 2(3), 476–487. (In Persian). <https://dor.isc.ac.ir/dor/20.1001.1.26453851.1398.2.3.30.2>
- Le, T. M. H., Vo, N. H., Le, T. T. H., Nguyen, T. T. H., & Vu, K. N. (2022). Investigate the relationships leading to green entrepreneurial behaviour: A case study of FPT University Da Nang. *Annals of Computer Science and Information Systems*, 34, 175–180. <https://doi.org/10.15439/2022M6172>
- Li, C., Murad, M., & Ashraf, S. F. (2023). The influence of women's green entrepreneurial intention on green entrepreneurial behavior through university and social support. *Sustainability*, 15(13), 10123. <https://doi.org/10.3390/su151310123>
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907–933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Lotfi, S., Ramzanzadeh Lesboei, M., & Ibrahimian, M. (2017). The relation of training and knowledge with development of ecotourism entrepreneurship (a case study of desert regions of Kour and Biabanak). *Journal of Tourism Planning and Development*, 6(21), 54–76. (In Persian). <https://doi.org/10.22080/JTPD.2017.1528>
- Mantas, C., Karapetsas, V., & Malik, S. (2025). The contribution of green tourist development on sustainability and entrepreneurship in the rural areas of Greece. In *Securing Sustainable Futures Through Blue and Green Economies* (pp. 543–560). IGI Global Scientific Publishing.
- Mawardi, M. K., Noor, A. Y. M., Edityastono, L., 'Atikah Zulkiffli, S. N., & Mashahadi, F. (2025). Green entrepreneurship in the era of sustainability: The relationship between intent, institutional support, and student behavior. *Cogent Business & Management*, 12(1), 2460625. <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2460625>
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965–988. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x>
- Mondal, S., Singh, S., & Gupta, H. (2023). Assessing enablers of green entrepreneurship in circular economy: An integrated approach. *Journal of Cleaner Production*, 388, 135999. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.135999>
- Moridsadat, P., & Moamelvand, S. (2020). The factors affecting sustainable entrepreneurship development in rural tourism (case study: Golestan rural district, Tonekabon county). *Researches in Earth Sciences*, 10(4), 91–107. (In Persian). <https://doi.org/10.52547/esrj.10.4.91>
- Mota, L., Leite, E., & Ghasemi, V. (2024). Exploring the impact of climate change on lodging establishments: A systematic literature review. *Quality & Quantity*, 1–26. <https://doi.org/10.1007/s11135-024-01834-9>
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Obschonka, M., Hakkarainen, K., Lonka, K., & Salmela-Aro, K. (2020). Entrepreneurship as a twenty-first century skill: Entrepreneurial alertness and intention in the transition to adulthood. *Small Business Economics*, 54(3), 691–714. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00152-x>
- Pourfakhimi, S., Duncan, T., & Coetzee, W. J. L. (2020). A critical review of the role of indicators in tourism sustainability: Limitations and needed advances. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(1), 22–47. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1683042>

- Qadir, F., & Chaudhry, S. A. (2024). Green entrepreneurial self-efficacy and its outcomes: The mediating role of the attitude towards entrepreneurship. *The Asian Bulletin of Green Management and Circular Economy*, 4(1), 74–98. <https://doi.org/10.1108/ABGMC-12-2023-0015>
- Qanbari, S., Dehghan, M. H., & Miraki Anari, H. (2015). Evaluating effective factors on entrepreneurship development in rural tourism. *Tourism Management Studies Quarterly*, 10(32), 1–20. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23223294.1394.10.32.1.4>
- Rae, D., Martin, L., Antcliff, V., & Hannon, P. (2012). Enterprise and entrepreneurship in English higher education: 2010 and beyond. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 380–401. <https://doi.org/10.1108/14626001211250090>
- Rahmani, B., Moridsadat, P., & Shahed, S. H. (2018). Tourism potential in sustainable entrepreneurship development of rural areas (case study: Central District of Hamadan County). *Journal of Urban and Rural Management*, 17(50), 65–97. (In Persian). <http://ijurm.imo.org.ir/article-1-2165-fa.html>
- Ramayah, T., Rahman, S. A., & Taghizadeh, S. K. (2019). Modelling green entrepreneurial intention among university students using the entrepreneurial event and cultural values theory. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 11(4), 394–412. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2019.100252>
- Samad, S., & Alharthi, A. (2022). Untangling factors influencing women entrepreneurs' involvement in tourism and its impact on sustainable tourism development. *Administrative Sciences*, 12(2), 52. <https://doi.org/10.3390/admsci12020052>
- Sardianou, E., Kostakis, I., Mitoula, R., Gkaragkani, V., Lalioti, E., & Theodoropoulou, E. (2016). Understanding the entrepreneurs' behavioural intentions towards sustainable tourism: A case study from Greece. *Environment, Development and Sustainability*, 18, 857–879. <https://doi.org/10.1007/s10668-015-9712-4>
- Seyd Amiri, N., Rahmani, Z., & Hassan Ghali Poor, T. (2019). Presenting a framework for identifying and commercializing entrepreneurial opportunities in the health tourism industry. *Tourism and Development*, 8(2), 1–22. (In Persian). <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.129875.1401>
- Sheikhi, H., & Dinarvandnejad, S. (2023). Identification and analysis of effective factors in tourism development with a future research approach (case study: Shush city). *Geography and Regional Urban Planning*, 14(50), 123–148. (In Persian). <https://doi.org/10.22111/gaj.2024.44864.3097>
- Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: Studying entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed.” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 137–163. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00435.x>
- Siefkes, M. (2025). A guide to becoming green: Insights from angel investors developing sustainability-specific knowledge. *Journal of Small Business Management*, 63(1), 306–336. <https://doi.org/10.1080/00472778.2024.2319777>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312–321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Stam, E., Hartog, C., Van Stel, A., & Thurik, R. (2012). Ambitious entrepreneurship and macro-economic growth. *Small Business Economics*, 38(4), 389–412. <https://doi.org/10.1007/s11187-010-9291-6>
- Su, Y., Zhu, Z., Chen, J., Jin, Y., Wang, T., Lin, C. L., & Xu, D. (2021). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in China: Integrating the perceived university support and theory of planned behavior. *Sustainability*, 13(8), 4519. <https://doi.org/10.3390/su13084519>
- Sulej, K. P., Krzywonos, M., & Kwil, I. (2021). Environmental entrepreneurship – Bibliometric and content analysis of the subject literature based on H-Core. *Journal of Cleaner Production*, 295, 1–78. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126277>
- Torres Valdés, R. M., Lorenzo Álvarez, C., Castro Spila, J., & Santa Soriano, A. (2019). Relational university, learning and entrepreneurship ecosystems for sustainable tourism. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(4), 905–926. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-05-2019-0073>
- Turker, D., & Selcuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142–159. <https://doi.org/10.1108/03090590910939049>
- United Nations World Tourism Organization [UNWTO]. (2022). *Tourism for SDGs: Guidelines for local action*. Madrid: UNWTO Publications. <https://doi.org/10.18111/9789284422034>

- Utami, D. D., Dhewanto, W., & Lestari, Y. D. (2023). Rural tourism entrepreneurship success factors for sustainable tourism village: Evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2180845. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2180845>
- Waris, I., Barkat, W., Ahmed, A., & Hameed, I. (2022). Fostering sustainable businesses: Understanding sustainability-driven entrepreneurial intention among university students in Pakistan. *Social Responsibility Journal*, 18(8), 1409–1426. <https://doi.org/10.1108/SRJ-12-2020-0575>
- Wibowo, B. (2016). Relationship between entrepreneurial intention among undergraduates students and entrepreneurship education: Differences between genders. *Asia-Pacific Management and Business Application*, 5(1), 30–49.
- 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.2023.12.004>
- Zhao, K., Sanmugam, A., & Aravindan, K. L. (2025). Driving sustainability in the green entrepreneurial intentions among SMEs in the electric vehicle component industry. *Discover Sustainability*, 6(1), 4. <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00175-9>