





Presenting a Model of Factors Influencing Social Entrepreneurship in Rural Tourism of Gilan Province

Fatemeh Doozandeh Ziabri¹, Hamed Fallah Tafti^{2*}, Mir Mohammad Asaadi³, Mahdi Basooli⁴

¹ PhD Student in Tourism, Faculty of Humanities, University of Science and Art, Yazd, Iran

² Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Humanities, University of Science and Art, Yazd, Iran

³ Associate Professor, Department of Tourism, Faculty of Humanities, University of Science and Art, Yazd, Iran

⁴ Assistant Professor, Department of Tourism Management, Jahad University, Tehran, Iran

* Corresponding author email address: h.fallah@sau.ac.ir

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Doozandeh Ziabri, F., Fallah Tafti, H., Asaadi, M. M., & Basooli, M. (2024). Presenting a Model of Factors Influencing Social Entrepreneurship in Rural Tourism of Gilan Province. *Journal of Technology in Entrepreneurship and Strategic Management*, 3(5), 188-212.



© 2024 the authors. Published by KMAN Publication Inc. (KMANPUB), Ontario, Canada. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

ABSTRACT

The aim of the present study is to identify the factors influencing social entrepreneurship in rural tourism in Gilan Province and to propose a fuzzy cognitive model. This research is considered exploratory-applied in terms of purpose and mixed-method (exploratory sequential) in terms of research type. The statistical population in the first phase consisted of 10 experts, scholars, and faculty members in the fields of tourism and entrepreneurship with outstanding experience in Gilan Province, who participated in semi-structured interviews and the Delphi technique. In the second phase, the statistical population included social entrepreneurs in rural tourism from 2022 to 2024, with a minimum of three years of work experience, from whom 12 individuals were selected for the fuzzy methodological section. For the structural equation modeling (SEM) section, social entrepreneurs active in rural tourism in Gilan Province were selected, and due to the use of the SEM method, a minimum sample size of 200 individuals was determined. In the first phase, a non-probability judgmental sampling method was applied. In the fuzzy methodological phase, a pairwise comparison questionnaire was distributed to social entrepreneurs in rural tourism using a non-probability judgmental sampling approach. In the structural equation modeling phase, a probability convenience sampling method was used to distribute the questionnaire. To identify the influencing factors in the first phase, thematic analysis was conducted, followed by the Delphi technique to confirm the components. The relationships between these factors were then determined using fuzzy cognitive modeling, with the aid of FCMapper and Mental Modeler software to identify the interrelationships among the factors. Finally, the extracted model was tested using structural equation modeling within the statistical sample. Through thematic analysis, 10 key influencing factors were identified: economic and financial factors, policy and planning factors, social capital utilization, community empowerment, cultural factors, environmental factors, technological and innovation factors, social entrepreneurship in rural tourism, social factors, and human capital. These 10 influencing factors were presented to tourism experts in Gilan Province in the form of a pairwise comparison questionnaire ranging from -1 to +1. The data obtained from the questionnaire were analyzed using fuzzy cognitive modeling, and the relationships among the factors were examined. The results indicated that the components of social entrepreneurship in rural tourism and community empowerment had the highest susceptibility to influence, while policy and planning factors, as well as economic and financial factors, exhibited the highest influencing power. Ultimately, social entrepreneurship in rural tourism and policy and planning factors achieved the highest central index.

Keywords: Social Entrepreneurship, Rural Tourism, Rural Tourism Entrepreneurship, Gilan Province

Introduction

Rural tourism has been increasingly recognized as a vital contributor to local economies and community development. It provides rural communities with opportunities for economic diversification and social empowerment, leading to improved quality of life (Leu, 2019). The development of rural tourism is closely intertwined with entrepreneurship, which facilitates economic growth and enhances community resilience (Kuratko et al., 2015). Social entrepreneurship in rural tourism has gained attention as an effective approach to address economic, environmental, and social challenges while promoting sustainable development (Booth et al., 2020; Deller et al., 2019).

Several studies have emphasized the role of entrepreneurship in rural development, highlighting its potential to create employment opportunities, improve local infrastructure, and foster social inclusion (Sá et al., 2018; Stathopoulou et al., 2004). In Iran, particularly in Gilan Province, rural tourism holds substantial potential due to its rich natural and cultural resources. However, despite its potential, rural tourism faces several challenges, including inadequate policy support, lack of financial resources, and limited community engagement (Ebrahimi & Yaqoubi, 2022).

The present study aims to identify the key factors influencing social entrepreneurship in rural tourism in Gilan Province and propose a fuzzy cognitive model to analyze their interrelationships. The study adopts an exploratory sequential mixed-method approach, combining qualitative and quantitative techniques to provide a comprehensive understanding of the factors affecting social entrepreneurship in rural tourism.

Methods and Materials

The research employed an exploratory sequential mixed-method design. In the qualitative phase, semi-structured interviews were conducted with 10 experts in tourism and entrepreneurship in Gilan Province. Thematic analysis was used to identify key factors influencing social entrepreneurship in rural tourism, followed by the Delphi technique to validate the findings.

In the quantitative phase, a fuzzy cognitive modeling approach was used to analyze the relationships among identified factors. A pairwise comparison questionnaire was distributed to 12 rural tourism entrepreneurs with at least three years of experience. Structural equation modeling (SEM) was then conducted on a sample of 200 rural tourism entrepreneurs to validate the proposed model. The data were analyzed using SPSS23 and Smart PLS software.

Findings and Results

The qualitative analysis identified 10 key factors influencing social entrepreneurship in rural tourism: economic and financial factors, policy and planning factors, social capital utilization, community empowerment, cultural factors, environmental factors, technological and innovation factors, social factors, and human capital.

Results from the fuzzy cognitive modeling analysis revealed that social entrepreneurship in rural tourism and community empowerment had the highest susceptibility to influence, while policy and planning factors, as well as economic and financial factors, exhibited the highest influencing power.

Structural equation modeling confirmed the significant relationships among these factors. Community empowerment showed the highest path coefficient ($\beta = 0.314$), indicating its critical role in fostering social entrepreneurship in rural tourism. Economic and financial factors significantly influenced community empowerment and human capital development, while policy and planning factors demonstrated a strong influence on multiple aspects of social entrepreneurship.

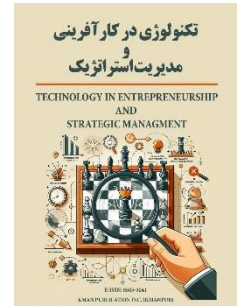
Conclusion

The findings highlight the pivotal role of policy and planning measures and economic resources in driving social entrepreneurship in rural tourism. Effective policies that provide financial support, create enabling environments, and encourage community participation can significantly enhance rural tourism development.

Community empowerment emerged as a critical factor in facilitating social entrepreneurship by providing rural residents with the necessary skills, resources, and opportunities to engage in entrepreneurial activities. Training programs, capacity-building initiatives, and access to financial resources can play a crucial role in empowering rural communities.

Furthermore, social capital utilization, including strong local networks and partnerships, enhances the sustainability of rural tourism enterprises by fostering collaboration and resource-sharing among stakeholders. Cultural and environmental factors also play an essential role in shaping entrepreneurial opportunities, emphasizing the need for sustainable tourism practices that preserve local heritage and natural resources.

The study provides practical insights for policymakers, entrepreneurs, and community leaders seeking to promote social entrepreneurship in rural tourism. By addressing key challenges such as access to financial resources, policy support, and community engagement, rural tourism in Gilan Province can contribute to sustainable economic and social development.



ارائه مدلی از عوامل موثر بر کار آفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی استان گیلان

فاطمه دوزنده ضیابری^۱، حامد فلاح تفتی^۲، میرمحمد اسعدی^۳، مهدی باصولی^۴

۱. دانشجوی دکتری گردشگری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

۲. استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

۳. دانشیار گروه گردشگری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

۴. استادیار گروه مدیریت گردشگری، جهاد دانشگاهی، تهران، ایران

* ایمیل نویسنده مسئول: h.fallah@sau.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله

پژوهشی اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

دوزنده ضیابری، فاطمه، فلاح تفتی، حامد، اسعدی، میرمحمد، و باصولی، مهدی. (۱۴۰۳). ارائه مدلی از عوامل موثر بر کار آفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی استان گیلان. *تکنولوژی در کار آفرینی و مدیریت استراتژیک*، ۳(۵)، ۲۱۲-۱۸۸.



© ۱۴۰۳ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

هدف پژوهش حاضر، شناسایی عوامل موثر بر کار آفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی استان گیلان و ارائه یک مدل شناختی فازی است. این پژوهش از نظر هدف جزء تحقیقات اکتشافی-کاربردی و از نظر نوع تحقیق، ترکیبی (آمیخته اکتشافی) قلمداد می‌شود. جامعه آماری پژوهش در مرحله اول ۱۰ نفر خبرگان، صاحبان نظران، اساتید حوزه گردشگری و کار آفرینی با سابقه درخشان استان گیلان در بخش مصاحبه نیمه ساختار یافته و تکنیک دلفی و در مرحله دوم در جامعه آماری پژوهش حاضر در بخش روش شناختی فازی کار آفرینان اجتماعی در حوزه گردشگری روستایی در سال ۱۴۰۱-۱۴۰۳ بوده اند که حداقل ۳ سال سابقه کار دارند به تعداد ۱۲ نفر انتخاب گردید و در بخش معادلات ساختاری، کار آفرینانی که در روستاهای استان گیلان مشغول به فعالیت در حوزه گردشگری بوده اند، به سبب استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری حداقل حجم نمونه ۲۰۰ نفر انتخاب شدند. روش نمونه گیری در مرحله اول غیر احتمالی-قضاوتی بوده است و در روش شناختی فازی پرسشنامه مقایسه زوجی را کار آفرینان اجتماعی در حوزه گردشگری روستایی با روش غیر احتمالی-قضاوتی و در معادلات ساختاری با روش احتمالی-در دسترس پرسشنامه توزیع گردید. در مرحله اول، جهت شناسایی عوامل موثر بر کار آفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی از روش تحلیل مضمون استفاده گردید و جهت تایید مولفه‌ها تکنیک دلفی و سپس با استفاده از روش مدلسازی شناختی فازی روابط این عوامل تعیین گردید و از نرم افزار fcmapper و menal modeler جهت شناسایی روابط عوامل موثر استفاده گردید و در نهایت مدل استخراج شده در نمونه آماری به وسیله معادلات ساختاری از منون گردید. ۱۰ عامل موثر به وسیله روش تحلیل مضمون شناسایی گردید که شامل عوامل اقتصادی و مالی، عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی، بهره از سرمایه اجتماعی، توانمندسازی جامعه، عوامل فرهنگی، عوامل محیطی، عوامل تکنولوژیکی و نوآوری، کار آفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی، عوامل اجتماعی و سرمایه انسانی به دست آمد. ۱۰ عامل موثر به صورت پرسشنامه مقایسه زوجی که طیفی بین مثبت و منفی یک داشت در اختیار خبرگان حوزه گردشگری در استان گیلان قرار گرفت و اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه و تحلیل آن با استفاده از روش شناختی فازی، روابط این عوامل مورد بررسی قرار گرفته شد. نتایج نشان داد که مولفه کار آفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی و توانمندسازی جامعه دارای بیشترین ظرفیت تأثیر پذیری، مولفه عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی و عوامل اقتصادی و مالی دارای بیشترین توان تأثیر گذاری دارند و در نهایت کار آفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی و عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی دارای بیشترین شاخص مرکزی را به دست آوردند.

کلیدواژگان: کار آفرینی اجتماعی، گردشگری روستایی، کار آفرینی گردشگری روستایی، استان گیلان

مقدمه

گردشگری یکی از بخش‌های ضروری است که می‌تواند به ارتقا و حفظ کیفیت زندگی در مناطق روستایی کمک کند (Cook, 2024). لیو (۲۰۱۹) اشاره کرد که کیفیت زندگی در مناطق روستایی پیشرفت می‌کند زیرا جامعه روستایی می‌تواند درآمد اضافی از فعالیت‌های گردشگری کسب کند (Leu, 2019). علاوه بر این، توسعه نواحی روستایی به‌ویژه کیفیت زندگی در قالب کسب‌وکارهای پایدار در دهکده گردشگری تقویت می‌شود که ویژگی‌های منحصر به فردی و ارزش افزوده را برای محصولات و خدمات آن‌ها فراهم می‌کند (Alrawadieh & Alrawadieh, 2018). از این رو، توسعه منطقه گردشگری روستایی نیازمند مشارکت چشمگیر بخشی از بنگاه‌های خانوادگی و کارآفرین گردشگری است. به عبارت دیگر توسعه گردشگری روستایی با کارآفرینی همراه است که می‌تواند باعث تسهیل رشد اقتصادی و بهبود کیفیت زندگی شود (Kuratko et al., 2015). مطابق با دلر (۲۰۱۹) و بوث و همکاران (۲۰۲۰) بیان کردند که یکی از مهمترین جنبه‌های رشد اقتصادی محلی و کیفیت زندگی، کارآفرینی روستایی است (Booth et al., 2020; Deller et al., 2019).

علاوه بر این، استاتوپولو و همکاران (۲۰۰۴) ذکر کردند که کارآفرینی در توسعه اقتصادی هر منطقه‌ای نقش اساسی دارد (Stathopoulou et al., 2004). از سوی دیگر، ذوالفانی و همکاران (۱۳۹۴) بیان کردند که جامعه روستایی نه تنها از مزایای اقتصادی محلی از کارآفرینی گردشگری برخوردار می‌شود، بلکه محیط زیست را نیز محافظت می‌کند (Zolfani et al., 2015). علاوه بر این، سا (۲۰۱۹) اشاره کرد که کارآفرینی رابطه مثبتی با ارزش اجتماعی دارد که جوامع را توسعه می‌دهد. بنابراین، کارآفرینی رابطه قوی با توسعه گردشگری روستایی دارد (Sá et al., 2018). زیرا می‌تواند اثرات اقتصادی، محیطی و اجتماعی مانند ایجاد شغل، کیفیت زندگی (سا، ۲۰۱۹)، افزایش ارزش اقتصادی، حفظ فرهنگ محلی و همچنین حفظ منابع ایجاد کند (Galvao et al., 2020).

علاوه بر این، گردشگری روستایی یک بخش کوچک اما به سرعت در حال رشد است (Aazami & Shanazi, 2020). مدیریت موفق گردشگری روستایی می‌تواند تأثیر مثبتی بر جامعه، اقتصاد و جهت‌گیری توسعه منطقه‌ای داشته باشد (Ayhan et al., 2020). در سال‌های اخیر، علاقه به گردشگری روستایی در نتیجه کاهش کشاورزی و مهاجرت جمعیت افزایش یافته است (Cunha et al., 2020). از این رو دولت باید فعالیت‌های کارآفرینی را به عنوان یکی از اهداف اصلی سیاست توسعه روستایی تشویق کند. (Kuratko et al., 2015). به غیر از آن، تحقیقات روستایی در حال افزایش است (Imedashvili et al., 2013). علاوه بر این، ۲۶٪ از جمعیت ایران در مناطق روستایی زندگی می‌کنند، به ویژه در استان گیلان بیش از ۴۰ درصد مردم (۹۲۷۶۶۰) در روستاها زندگی می‌کنند. جمعیت متوسط روستا در گیلان همواره از متوسط کشور بالاتر بوده است (Ebrahimi & Yaqoubi, 2022). بنابراین، باید توسعه روستایی را برای آینده کل کشور حیاتی در نظر بگیرد. این آمار با بررسی عوامل مؤثر کارآفرینی اجتماعی در اجرای گردشگری روستایی، بیانگر اهمیت توسعه مناطق روستایی برای توسعه آینده است.

مطالعات متعددی به بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی پرداخته‌اند و یافته‌های آن‌ها نشان‌دهنده اهمیت این مفهوم در توسعه جوامع روستایی است. محمدی و همکاران (۱۴۰۱) نشان دادند که کارآفرینی اجتماعی از طریق تأثیر مستقیم بر شاخص‌های گردشگری روستایی می‌تواند موجب رونق این نوع گردشگری شده و به طور غیرمستقیم نیز توسعه اقتصادی را از طریق گردشگری روستایی تقویت کند (Mohammadi et al., 2022). از سوی دیگر، مریدسادات و معمل‌وند (۱۳۹۹) با بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی پایدار در گردشگری روستایی، به این نتیجه رسیدند که عوامل اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی، کالبدی و نهادی دارای نقش کلیدی در برنامه‌ریزی و اقدام در این حوزه هستند و غفلت از هر یک می‌تواند روند توسعه را کند نماید (Moridsadat & Moamelvand, 2020).

صالحی کاخکی، جهانی و قنبرزاده (۱۳۹۸) با استفاده از نمودار علت و معلولی، عوامل اقتصادی و زیرساختی را به عنوان علل و عوامل فردی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را به عنوان پیامدها دسته‌بندی کرده و تأکید کردند که عوامل اقتصادی بیشترین تعامل را با سایر عوامل دارند (Salehi Kakhki et al., 2019). نادری و همکاران (۲۰۱۹) بر نقش کارآفرینی اجتماعی و رهبری تحول‌آفرین در عملکرد شرکت‌های اجتماعی در بخش گردشگری روستایی تأکید کرده و نشان دادند که رهبری تحول‌آفرین به‌طور مثبت با ارزش اجتماعی، سرمایه اجتماعی و عملکرد شرکت مرتبط است و سرمایه اجتماعی نیز رابطه مثبتی با خلاقیت دارد (Naderi et al., 2019). همچنین، جمال و الروآیا (۲۰۲۱) با تمرکز بر مدیریت جهادی، نشان دادند که کارآفرینی جهادی شامل مولفه‌هایی مانند روحیه جهادی، انگیزه جهادی و حرکت جهادی است که به عنوان عناصر کلیدی در توسعه کارآفرینی روستایی مطرح هستند (Jamal & Alroaia, 2021). در همین راستا، سکویرا (۲۰۲۰) بیان کرد که بهبود کارآفرینی روستایی منجر به ارتقای خوداشتغالی و استفاده بهینه از منابعی مانند مواد اولیه، سرمایه و نیروی کار می‌شود، در حالی که عوامل متعددی به‌صورت مثبت و منفی بر تصمیمات کارآفرینان روستایی تأثیرگذارند (Sequeira, 2020). جامی و گوکدنیز (۲۰۱۸) نیز در یک مطالعه مروری، به مفهوم کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان ابزاری برای توسعه جوامع روستایی پرداخته و نمونه‌هایی مانند بانک گرامین را معرفی کردند که از موفق‌ترین نمونه‌های جهانی در این زمینه محسوب می‌شود (Jami & Gökdeniz, 2018). در نهایت، پارک و همکاران (۲۰۱۲) در مطالعه‌ای پیرامون جوامع گردشگری روستایی در کره جنوبی، دریافتند که کشاورزانی که علاوه بر فعالیت‌های کشاورزی، برنامه‌های گردشگری را اجرا می‌کنند، دارای بیشترین تعاملات اجتماعی هستند که این امر نقش کلیدی سرمایه اجتماعی را در توسعه گردشگری روستایی نشان می‌دهد (Park et al., 2012).

گردشگری استان گیلان سهم تقریباً ۳۰ درصدی در تولید ناخالص داخلی استان دارد. حدود ۱۰ میلیون نفر مسافر در سال ۱۳۹۸ از استان گیلان بازدید داشته‌اند بر اساس نظرات کارشناسان در سطح استان و بر اساس قابلیت‌های بسیار بالا در زمینه گردشگری چیزی حدود ۹۰ درصد زمینه اشتغال در استان گیلان می‌تواند در بخش گردشگری باشد؛ چراکه گردشگری روستایی در این استان با توجه به تعداد بسیار زیاد نواحی روستایی دارای قابلیت در زمینه گردشگری و اکوتوریستی به عنوان الگوی غالب فضایی است در این میان با توجه به شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی می‌توان گام بزرگی جهت توسعه این صنعت در استان گیلان برداشت. در واقع با توجه به موارد ذکر شده، این تحقیق به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی استان گیلان کدام است؟ مدل عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی استان گیلان به چه صورت می‌باشد؟ و میزان تاثیر عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی استان گیلان به چه صورت می‌باشد؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر با هدف طراحی و اعتبار سنجی مدل عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی، در دو مرحله کیفی (تحلیل مضمون) و کمی (نقشه شناختی فازی و معادلات ساختاری) انجام گرفته است. این تحقیق از لحاظ هدف، اکتشافی-کاربردی و از لحاظ نوع توصیفی است که به روش میدانی و در استان گیلان اجرا گردید. در روش شناسی تحقیق در مرحله اول کیفی ابزار جمع‌آوری اطلاعات از نوع مصاحبه بوده است که پس از اتمام مرحله کدگذاری روش دلفی در دو نوبت انجام پذیرفت و در مرحله دوم نیز کمی و به شیوه پیمایشی اجرا گردیده است. جامعه آماری پژوهش در مرحله اول ۱۰ نفر خبرگان، صاحبان نظران، اساتید حوزه گردشگری و کارآفرینی با سابقه درخشان استان گیلان در بخش مصاحبه نیمه ساختار یافته و تکنیک دلفی و در مرحله دوم در جامعه آماری پژوهش حاضر در بخش روش شناختی فازی کارآفرینان اجتماعی در حوزه گردشگری روستایی در سال ۱۴۰۱-۱۴۰۳ می‌باشند که حداقل ۳ سال سابقه کار دارند ۱۲ نفر انتخاب

گردید و در بخش معادلات ساختاری کارآفرینانی که در روستاهای استان گیلان مشغول به فعالیت در حوزه گردشگری بوده اند که به سبب استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری حداقل حجم نمونه ۲۰۰ نفر انتخاب شدند. روش نمونه گیری در مرحله اول غیراحتمالی-قضوتی بوده است و برای نمونه گیری در مرحله دوم نیز روش نمونه گیری شامل دو بخش بوده است. در روش شناختی فازی پرسشنامه مقایسه زوجی را کارآفرینان اجتماعی در حوزه گردشگری روستایی با روش غیراحتمالی-قضوتی و در معادلات ساختاری با روش احتمالی-در دسترس پرسشنامه توزیع گردید. همچنین گردآوری اطلاعات این پژوهش در مرحله اول از طریق مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختاریافته در تحلیل مضمون و در تکنیک دلفی به وسیله پرسشنامه انجام گردیده است. ابزار جمع آوری اطلاعات در مرحله دوم نیز پرسشنامه مقایسه زوجی ۹*۹ از مضمون‌ها که طیفی بین مثبت تا منفی یک دارند در اختیار خبرگان قرار گرفت و در قسمت معادلات ساختاری نیز پرسشنامه‌ای از کدهای اولیه مستخرج از بخش کیفی تدوین گردید. پرسشنامه در بخش معادلات ساختاری دارای طیف لیکرت پنج گزینه‌ای بوده است. در این پژوهش و براساس چارچوب نظری ارائه شده ابتدا سوال اصلی پژوهش در حول محور طراحی مدل عوامل موثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی طرح گردید و با تعدادی از خبرگان مصاحبه‌های اولیه برای استخراج مفاهیم اولیه صورت پذیرفت. این مفاهیم در قالب کدهای باز در چندین نوبت مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت و در نهایت با استفاده از غربالگری کدها و مفاهیم نهایی (۱۰۵) مفهوم استخراج شدند.

در دور اول دلفی در هر یک از سؤال‌ها ابتدا، از خبرگان خواسته شد نظر موافق یا مخالف خود را اعلام کرده و سپس شدت موافقت خود را در دامنه ۱ تا ۱۰ ابراز کنند. اگر سؤال‌ها بر اساس دو حالت موافق و مخالف تدوین شود برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آزمون‌های ناپارامتری استفاده می‌شود؛ لذا، برای تک تک سؤال‌ها از آزمون دوجمله‌ای استفاده شد. برای ارزیابی شدت موافقت پاسخ دهندگان از آزمون استفاده شد. از آن جا که امتیازهای در نظر گرفته شده برای سنجش میزان موافقت در طیف ۱ الی ۹ قرار دارد برای کسب اطمینان از شدت موافقت، امتیاز ۴/۵ به بالا (میانگین طیف) به عنوان معیار ارزیابی انتخاب شد. در آزمون دوجمله‌ای یا نسبت نتایج مندرج بیانگر آن است که بیشتر خبرگان موافقت خود را با عوامل مطرح شده در هر بخش اعلام کرده‌اند. در تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از آزمون دوجمله‌ای به معناداری آزمون نیز توجه گردیده است و سطح معناداری متغیرها از ۰.۰۵ کمتر بوده است، زمانی که سطح معناداری شاخص بیشتر از ۰.۰۵ گردد شاخص حذف می‌گردد که در این آزمون هیچ کدام از شاخص‌ها حذف نگردید.

در نتایج دلفی راند دوم، ضریب هم‌هنگی کندال (W کندال) معیاری از اجماع است که سطح اجماع بین اعضای دلفی را نشان می‌دهد. یافته‌ها بیانگر آن است که مقدار ضریب کندال برای همه عوامل مدنظر بیشتر از ۰/۷ یا بسیار نزدیک به آن است که دلالت بر اجماع قوی خبرگان دارد. سطح معناداری برای ضریب هم‌هنگی کندال در همه عوامل نیز به معنای وجود توافق معنادار بین خبرگان است. بنابراین، میتوان گفت که بین خبرگان اجماع کلی برقرار شده است. در نهایت با حذف ۳۷ گویه، ۶۸ گویه نهایی شناسایی و مدل شبکه‌ای بر اساس این عوامل ترسیم گردید.

جدول ۱

میزان اجماع نظر خبرگان با استفاده از ضریب هماهنگی کندال

| متغیرهای تحقیق | ضریب کندال | آماره کای دو | سطح معناداری |
|--------------------------------|------------|--------------|--------------|
| عوامل اقتصادی و مالی | ۰.۷۶۲ | ۱۲.۶۴۸ | ۰.۰۱۵ |
| عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی | ۰.۶۹۹ | ۲۲.۴۹۳ | ۰.۰۰۰ |
| بهره از سرمایه اجتماعی | ۰.۷۴۱ | ۱۶.۰۷۲ | ۰.۰۱۹ |
| توانمندسازی جامعه | ۰.۷۵۰ | ۳۵.۴۳۲ | ۰.۰۰۰ |
| عوامل فرهنگی | ۰.۷۴۳ | ۱۶۵۶۳ | ۰.۰۱۳ |
| عوامل محیطی | ۰.۷۲۹ | ۱۷.۸۱۳ | ۰.۰۰۴ |
| عوامل تکنولوژیکی و نوآوری | ۰.۶۷۰ | ۱۳.۳۷۶ | ۰.۰۰۶ |
| عوامل اجتماعی | ۰.۶۷۹ | ۱۲.۹۸۴ | ۰.۰۰۲ |
| سرمایه انسانی | ۰.۵۸۷ | ۲۲.۱۴۶ | ۰.۰۰۰ |

یافته‌ها

در ابتدا اطلاعات جمعیت شناختی مصاحبه شوندگان در **جدول ۲** ارائه شده است.

جدول ۲

اطلاعات دموگرافیک پاسخ دهندگان مصاحبه

| تعداد | عنوان شغلی | جنسیت | سن | رشته دانشگاهی | مدرک دانشگاهی |
|-------|--|-------|----|----------------------------|---------------|
| ۱ | مدرس دانشگاه | زن | ۳۹ | گردشگری | دکتری |
| ۲ | مدرس دانشگاه | زن | ۴۳ | گردشگری | دکتری |
| ۳ | مدرس و فعال صنعت گردشگری | زن | ۳۷ | گردشگری | دکتری |
| ۴ | پژوهشگر و محقق | مرد | ۳۱ | توسعه جامعه و گردشگری | دکتری |
| ۵ | مدرس دانشگاه | زن | ۴۰ | گردشگری | دکتری |
| ۶ | مدرس دانشگاه | مرد | ۴۱ | گردشگری | دکتری |
| ۷ | شهردار | مرد | ۴۲ | مهندسی صنایع | فوق لیسانس |
| ۸ | کارشناس فنی | زن | ۴۲ | جغرافیا و برنامه ریزی شهری | دکتری |
| ۹ | مدیر تحقیق و توسعه باشگاه توسعه کسب و کار یونسکو ایران | مرد | ۴۳ | MBA - بازاریابی بین الملل | فوق لیسانس |
| ۱۰ | استادیار | مرد | ۳۵ | گردشگری | پسادکتری |

نتایج حاصل از بررسی داده‌ها و مفهوم یابی عبارات در **جدول ۳** ارائه شده است. این جدول خلاصه‌ای از تمامی کدهای اولیه‌ای است که در پژوهش مشاهده شده و سعی شده است از درج کدهای تکراری و یا کدهایی که مفاهیم مشترک بسیار نزدیکی با یکدیگر دارند پرهیز گردد. در طول این فرآیند سعی شده است تا از مفاهیمی - توسط خود مصاحبه شوندگان مطرح گردیده استفاده شود و در مواردی که امکان این کار وجود نداشته از مفاهیم فنی ادبیات و مرور سوابق و تحقیقات گذشته استفاده شده است پس از بررسی‌های دقیق نتایج این نظرسنجی‌ها تعداد ۸۲ زیر معیار به عنوان شاخص‌های عوامل موثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی مشخص شد.

جدول ۳

کد اولیه و مضمون اصلی

| مضمون اصلی | کد اولیه |
|-------------------------------------|--|
| عوامل اقتصادی و مالی (C1) | ۱ حمایت‌های دولتی و سرمایه‌گذاری |
| | ۲ دسترسی به تسهیلات مالی |
| | ۳ منابع مالی (اعم از کمک خانواده، پس انداز و ...) |
| عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی (C2) | ۴ میزان اجرایی شدن ایده‌های کارآفرینی و به فعلیت رساندن آنها |
| | ۵ ترویج و برنامه ریزی برای استفاده از دانش محلی |
| | ۶ شناسایی نقاط قوت و ضعف مناطق |
| | ۷ توجه به بسترسازی امکانات کارآفرینی اجتماعی در آموزش و پرورش و دولت |
| | ۸ ارائه تسهیلات اعتباری و خدمات مالی تشریک مساعی در گردشگری روستا |
| | ۹ سیاست گسترش کسب و کارهای کوچک و متوسط در بخش روستایی |
| | ۱۰ ایجاد زیر ساخت‌های گردشگری روستایی |
| | ۱۱ سیاست‌های ترویج کارآفرینی اجتماعی |
| | ۱۲ حمایت‌های قانونی و مقرراتی |
| | ۱۳ سیاست‌های توسعه کارآفرینی محلی |
| بهره از سرمایه اجتماعی (C3) | ۱۴ سبب منابع و نوآوری در محصولات و خدمات |
| | ۱۵ تبادل دانش |
| | ۱۶ شبکه‌ها و روابط اجتماعی |
| | ۱۷ ایجاد فرصت برابر برای زنان، |
| | ۱۸ آموزش آداب برخورد با گردشگر |
| | ۱۹ جذب فارغ التحصیلان جوان |
| | ۲۰ ایجاد مهاجرت معکوس |
| | ۲۱ اشتغال‌زایی |
| | ۲۲ منتفع کردن جامعه محلی از عایدات |
| | ۲۳ ارتقا و افزایش خودباوری |
| عوامل فرهنگی (C5) | ۲۴ بهره مندی از جوامع محلی |
| | ۲۵ ایجاد اشتغال با استفاده از توانمندی روستا (رودخانه، کوهستان، آب |
| | ۲۶ ایجاد اشتغال با استفاده از توانمندی روستائیان (ماهیگیری، کشاورزی |
| | ۲۷ توسعه فرهنگ مشارکتی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی |
| | ۲۸ حفظ و نگهداری از فرهنگ و میراث محلی |
| | ۲۹ حفظ و تقویت فرهنگ روستایی |
| | ۳۰ تقویت هویت فرهنگی ساکنین |
| | ۳۱ ارزش‌های جامعه محلی |
| | ۳۲ روابط خانوادگی و قومی |
| | ۳۳ سنت‌ها و رسوم محلی |
| عوامل محیطی (C6) | ۳۴ ترویج هنر و صنایع دستی مقصد گردشگری |
| | ۳۵ اقامتگاه‌های بومی |
| | ۳۶ ترویج گردشگری سبز، |
| | ۳۷ امکانات محیط زیستی محلی |
| | ۳۸ وجود مناطق حفاظت شده |
| | ۳۹ شرایط آب و هوایی و تغییرات آب و هوا |
| | ۴۰ مدیریت پایدار زمین و منابع |
| | ۴۱ کیفیت خاک و کشاورزی |

| | |
|--|---|
| ۴۲ | تنوع زیست محیطی |
| ۴۳ | کمک به توسعه فضاهای روستایی جذاب مقصد |
| ۴۴ | شرایط جغرافیایی |
| ۴۵ | ظرفیت محیطی، |
| ۴۶ | رزرواسیون آنلاین، |
| ۴۷ | ارائه اطلاعات دقیق و به روز از جاذبه‌های گردشگری و خدمات محلی |
| عوامل تکنولوژیکی و نوآوری (C۷) | ۴۸ بهره از فناوری جهت ارتقا خدمات به گردشگران |
| ۴۹ | استفاده از دوربین‌های ترافیکی جهت کاهش حوادث جاده ای |
| ۵۰ | ایجاد کسب و کارهای مبتنی بر IT |
| ۵۱ | تکنولوژی‌های سبز |
| ۵۲ | دسترسی به اینترنت و فناوری اطلاعات |
| ۵۳ | زیر ساخت‌های نرفزاری جهت معرفی محصولات و جاذبه‌های مقصد |
| ۵۴ | به کارگیری فناوری اطلاعات برای شناسایی نیازهای جامعه |
| ۵۵ | تکنولوژی‌های جدید |
| عوامل اجتماعی (C۸) | ۵۶ مسئولیت پذیری اجتماعی |
| ۵۷ | تعلق خاطر به جامعه و زمین |
| ۵۸ | بررسی نیازها و درخواست‌های مردم محلی |
| ۵۹ | آموزش کشاورزان و جامعه بومی مقصد در جهت افزایش میزان مشارکت |
| ۶۰ | افزایش تبادل و مشارکت |
| ۶۱ | جلب توجه با پررنگ کردن مسائل اجتماعی |
| ۶۲ | تشویق کارآفرینان |
| سرمایه انسانی (C۹) | ۶۳ ایجاد انگیزه در جوانان تحصیل کرده روستا |
| ۶۴ | بهره از مردم بومی در بخش مدیریت |
| ۶۵ | شناسایی افراد صاحب مهارت‌های مورد نیاز... |
| ۶۶ | شناسایی افراد مشتاق به همکاری |
| ۶۷ | ایجاد فرصت‌های عادلانه برای مردم محلی |
| ۶۸ | نیروی انسانی خلاق، |
| کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی (C۱۰) | ۶۹ امکان دستیابی به فرصت‌های شغلی در بخش گردشگری |
| ۷۰ | کمک به توسعه و بهبود کار آفرینی گردشگری |
| ۷۱ | فراهم آمدن امکانات اشتغال برای بیکاران فصلی |
| ۷۲ | جذب نیروهای مازاد سایر بخشها برای گردشگری روستایی |
| ۷۳ | افزایش اشتغال موقت، پارهوقت و فصلی |
| ۷۴ | توانمندسازی و ارتقای نیروی کار گردشگری به طور غیرمستقیم |
| ۷۵ | جلب توجه و افزایش سرمایه‌گذاری در گردشگری روستایی |
| ۷۶ | افزایش سرمایه گذاری در زمین، تأسیسات مرتبط با گردشگری |
| ۷۷ | افزایش سرمایه گذاری در زمین، خدمات آموزشی و اطلاع رسانی |
| ۷۸ | افزایش سرمایه گذاری افراد بومی در گردشگری روستایی |
| ۷۹ | جذب سرمایه‌های خارجی برای گردشگری روستایی |
| ۸۰ | خودباوری و افزایش مشارکت روستاییان در مشاغل مختلف از جمله گردشگری |
| ۸۱ | توجه به فرهنگ، توسعه صنایع فرهنگی و بومی |
| ۸۲ | فراهم نمودن مشوق‌های مادی برای تحرک بخشی در گردشگری |

در نهایت شاخص‌ها بر اساس متغیرهای مورد مطالعه و مفاهیم انتزاعی تر در این پژوهش و بر اساس نتایج حاصل از دور دوم دلفی در ۱۰ مضمون که عبارتند از عوامل اقتصادی و مالی، عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی، بهره از سرمایه اجتماعی، توانمندسازی جامعه، عوامل فرهنگی، عوامل محیطی، عوامل تکنولوژیکی و نوآوری، کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی، عوامل اجتماعی و سرمایه انسانی و ۸۲ کد

باز دسته بندی شدند. قبل از شروع تکنیک نقشه شناختی فازی ابتدا مشخصات دموگرافیک خبرگان که به پرسشنامه پاسخ داده‌اند در **جدول ۴** آورده شده است.

جدول ۴

مشخصات دموگرافیک در بخش نقشه شناختی فازی

| پاسخ دهندگان | سن | تحصیلات | سابقه |
|--------------|----|---------------|-------|
| M1 | ۳۶ | کارشناسی ارشد | ۱۲ |
| M2 | ۴۵ | دکتری | ۱۶ |
| M3 | ۴۸ | کارشناسی ارشد | ۱۸ |
| M4 | ۵۱ | دکتری | ۱۶ |
| M5 | ۳۶ | کارشناسی ارشد | ۱۰ |
| M6 | ۴۱ | کارشناسی ارشد | ۱۶ |
| M7 | ۴۹ | دکتری | ۱۸ |
| M8 | ۵۲ | دکتری | ۲۱ |
| M9 | ۳۷ | کارشناسی ارشد | ۱۳ |
| M10 | ۴۴ | کارشناسی ارشد | ۱۷ |
| M11 | ۴۷ | دکتری | ۱۴ |
| M12 | ۵۳ | کارشناسی ارشد | ۲۳ |

به منظور شناسایی روابط میان ۹ مولفه شناسایی شده از مدلسازی شناختی فازی استفاده شده است. برای خالص سازی و ارائه نتایج،

جدول ۵ ماتریس دستیابی نتایج عوامل تعیین کننده را نشان می‌دهند.

جدول ۵

ماتریس نهایی

| | C10 | C9 | C8 | C7 | C6 | C5 | C4 | C3 | C2 | C1 |
|-----|------|------|------|----|------|------|------|----|----|----|
| C1 | ۰.۷۸ | ۰.۱۸ | . | . | ۰.۳۳ | . | ۰.۳۷ | . | . | . |
| C2 | ۰.۸۵ | ۰.۲۲ | . | . | ۰.۳۹ | . | ۰.۵۳ | . | . | . |
| C3 | ۰.۲۵ | . | ۰.۲۳ | . | . | ۰.۳۳ | . | . | . | . |
| C4 | ۰.۴۹ | . | . | . | . | . | . | . | . | . |
| C5 | ۰.۵۴ | . | . | . | . | . | . | . | . | . |
| C6 | ۰.۶۱ | . | . | . | . | . | . | . | . | . |
| C7 | ۰.۴۷ | . | . | . | . | . | . | . | . | . |
| C8 | ۰.۵۷ | . | . | . | . | . | . | . | . | . |
| C9 | ۰.۶۵ | . | . | . | . | . | . | . | . | . |
| C10 | . | . | . | . | . | . | . | . | . | . |

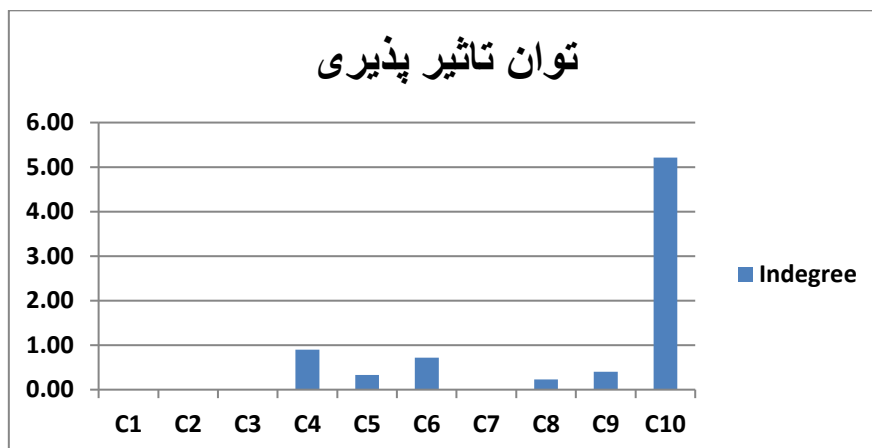
پس از اینکه ماتریس روابط ترسیم شد هر کدام از شاخص‌های ظرفیت تأثیرپذیری، توان تأثیرگذاری و شاخص مرکزی، برای هر کدام

از مولفه‌ها محاسبه شد.

میزان ظرفیت تأثیرپذیری هر مولفه را نشان میدهد. به عبارت دیگر نشان دهنده مجموع یال‌های ورودی به هر گره میباشد. (مجموع عناصر ستونی مربوط به هر گره در ماتریس روابط) که در اینجا مولفه کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی و توانمند سازی جامعه دارای بیشترین ظرفیت تأثیرپذیری می‌باشد.

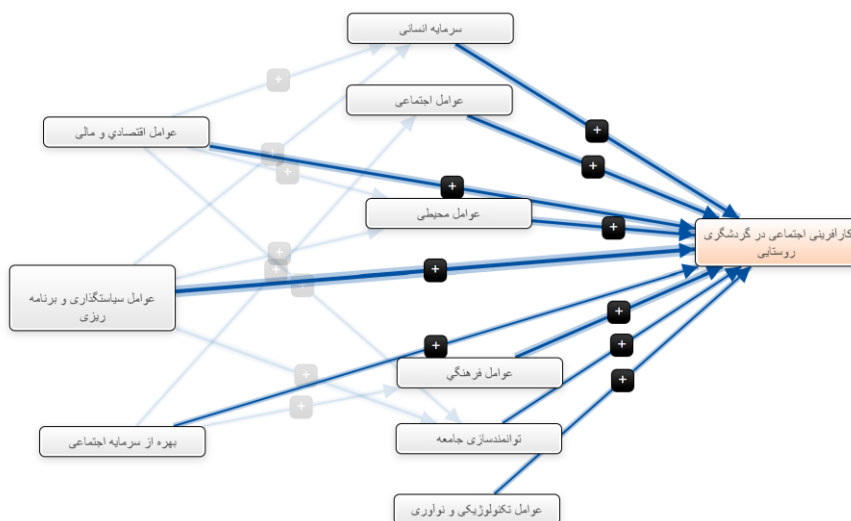
شکل ۱

ظرفیت تأثیرپذیری عوامل موثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی استان گیلان



شکل ۲

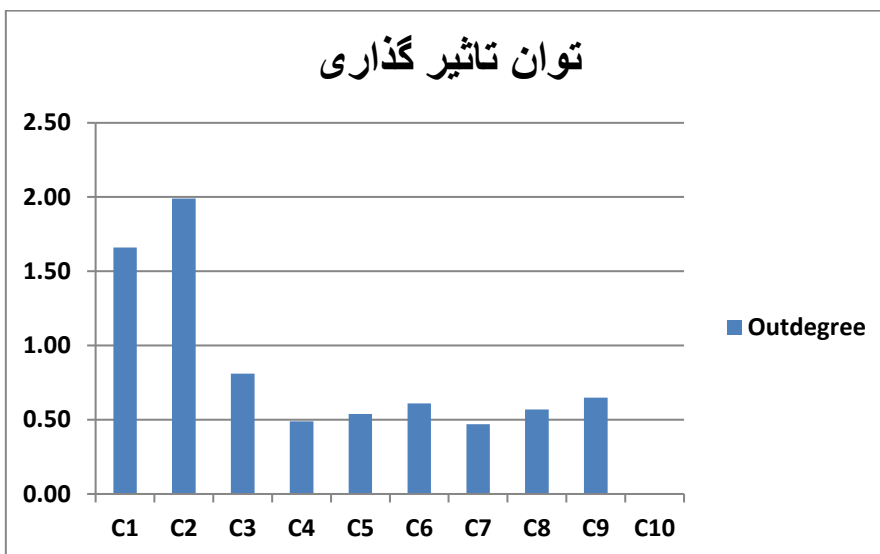
مدل بیشترین ظرفیت تاثیر پذیری عوامل موثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی استان گیلان



میزان تاثیرگذاری توسط یک عامل را نشان میدهد. به عبارت دیگر نشان دهنده مجموع یال‌های خروجی از هر گره می‌باشد (مجموع عناصر افقی مربوط به هر گره در ماتریس روابط) که در اینجا مولفه عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی و عوامل اقتصادی و مالی دارای بیشترین توان تأثیرگذاری می‌باشد.

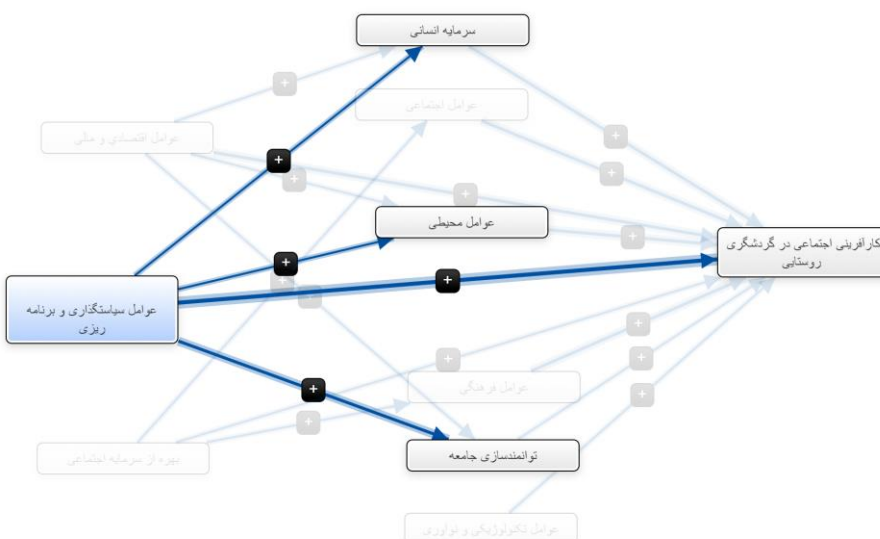
شکل ۳

ظرفیت تأثیرگذاری عوامل موثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی استان گیلان



شکل ۴

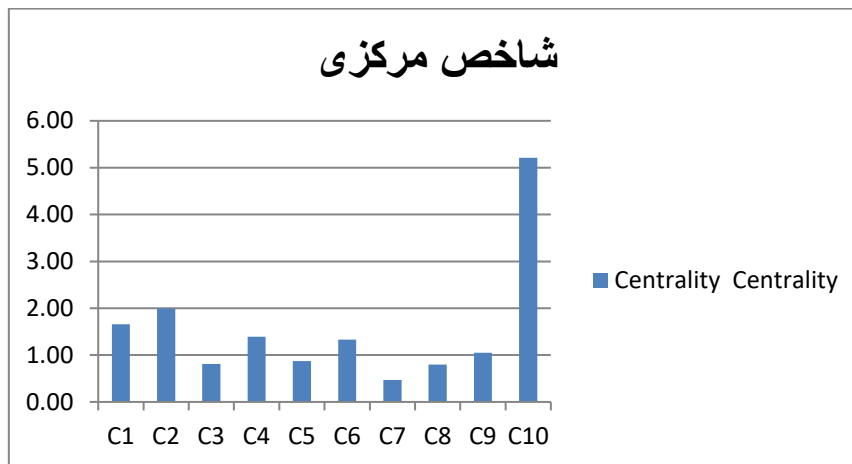
مدل بیشترین ظرفیت تأثیرگذاری عوامل موثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی استان گیلان



مجموع دو عامل قبلی (یعنی In و Out) میباشد. هر عاملی که درجه مرکزیت بالاتری داشته باشد در واقع یا In بالاتری و یا Out بالاتری داشته که در نتیجه عامل مهمی محسوب می شود و باید به آن بطور ویژه توجه کرد. در اینجا کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی و عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی دارای بیشترین شاخص مرکزیت است.

شکل ۵

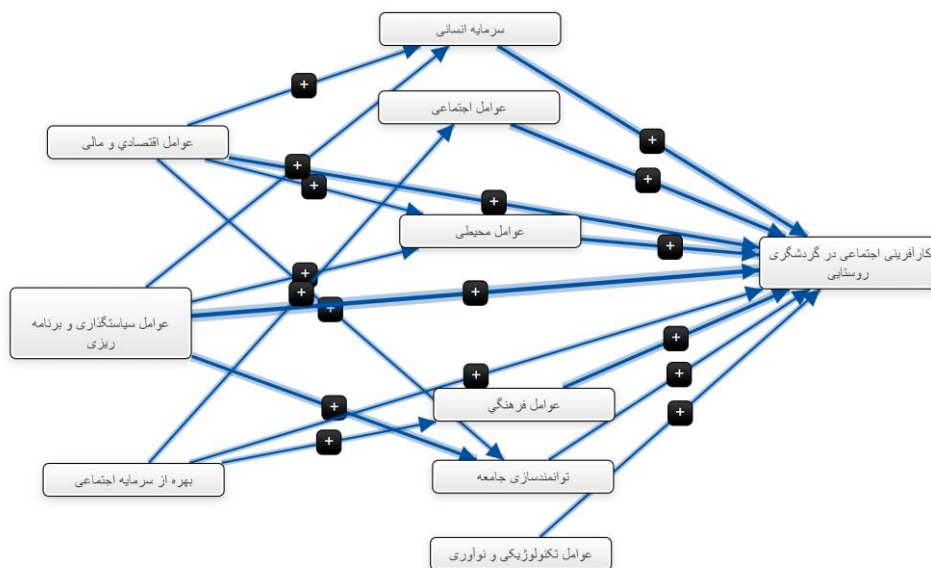
شاخص مرکزی عوامل موثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی استان گیلان



درنهایت با محاسبه شاخص‌های مرکزیت برای همه عوامل با استفاده از نرم افزار FCM APPEAR و MENTAL MODELER نمودار کلی عوامل ترسیم شد.

شکل ۶

مدل عوامل موثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی استان گیلان



مرحله دوم به صورت کمی برای یافتن میزان تأثیر هر یک از متغیرها از روش مدل سازی معادلات ساختاری در نرم افزار Smart PLS استفاده شده است. نتایج این مدل در دو حالت؛ الف) حالت استاندارد با استفاده از تکنیک حداقل مربعات جزئی و ب) حالت معناداری T با استفاده از تکنیک بوت استراپینگ در شکل‌های فوق ارائه شده است.

قبل از شروع مرحله معادلات ساختاری در ابتدا مشخصات نمونه آماری در این بخش بدین صورت می‌باشد؛ ۷۷.۵ درصد از نمونه را مردان و ۲۲.۵ درصد را زنان تشکیل دادند، از نظر سن ۶.۵ درصد بین ۱۸-۲۵ سال، ۲۵.۵ درصد بین ۲۵-۳۵ سال، ۲۷ درصد بین ۳۵-۴۰ سال، ۲۷.۵ درصد بین ۴۰-۴۵ سال و ۱۳.۵ درصد بیشتر از ۵۰ سال سن داشتند. از نظر سابقه کار ۱۳.۵ درصد بین ۱-۵ سال، ۳۲.۵ بین ۵-۱۰ سال، ۳۳ درصد بین ۱۰-۱۵ سال، ۱۳.۵ درصد بین ۱۵-۲۰ سال و ۷.۵ درصد بیشتر از ۲۰ سال سابقه فعالیت در زمینه گردشگری روستایی را داشتند. در نهایت نیز از نظر تحصیلات ۱۶ درصد دیپلم و کمتر از دیپلم، ۳۴ درصد کارشناسی و ۵۰ درصد کارشناسی ارشد داشتند.

در جدول ۶ نقش متغیرها در مدل نشان داده شده است. عوامل اقتصادی و مالی، عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی، بهره از سرمایه اجتماعی و عوامل تکنولوژیکی و نوآوری متغیر مستقل، توانمندسازی جامعه، عوامل فرهنگی، عوامل محیطی، عوامل اجتماعی و سرمایه انسانی متغیر میانجی، کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی متغیر وابسته به حساب می‌آیند. پایایی سازه از طریق الفای کرونباخ و پایایی ترکیبی در ده متغیر بالای ۰.۷ به دست آمد و پایایی در تمام متغیرها تایید گردید. روایی همگرا نیز با بررسی میانگین واریانس استخراج شده در این ده پرسشنامه بالای ۰.۵ به دست آمد و در تمامی پرسشنامه‌ها تایید گردید.

جدول ۶

نقش متغیرها و روایی و پایایی سازه

| متغیر | سوالات | نقش متغیر | الفای کرونباخ | پایایی ترکیبی | (AVE) |
|--------------------------------------|--------|-----------|---------------|---------------|-------|
| عوامل اقتصادی و مالی | ۱-۳ | مستقل | ۰.۸۶۳ | ۰.۹۱۷ | ۰.۷۸۶ |
| عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی | ۴-۱۳ | مستقل | ۰.۹۰۳ | ۰.۹۲۰ | ۰.۵۳۸ |
| بهره از سرمایه اجتماعی | ۱۴-۱۶ | مستقل | ۰.۸۷۱ | ۰.۹۲۲ | ۰.۷۹۷ |
| توانمندسازی جامعه | ۱۷-۲۶ | میانجی | ۰.۹۰۹ | ۰.۹۲۴ | ۰.۵۴۹ |
| عوامل فرهنگی | ۲۷-۳۴ | میانجی | ۰.۸۷۱ | ۰.۸۹۹ | ۰.۵۳۰ |
| عوامل محیطی | ۳۵-۴۵ | میانجی | ۰.۹۲۶ | ۰.۹۳۷ | ۰.۵۷۷ |
| عوامل تکنولوژیکی و نوآوری | ۴۶-۵۵ | مستقل | ۰.۹۲۸ | ۰.۹۴۰ | ۰.۶۱۲ |
| عوامل اجتماعی | ۵۶-۶۱ | میانجی | ۰.۸۹۴ | ۰.۹۱۹ | ۰.۶۵۶ |
| سرمایه انسانی | ۶۲-۶۸ | میانجی | ۰.۹۳۷ | ۰.۹۴۷ | ۰.۷۲۰ |
| کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی | ۶۹-۸۲ | وابسته | ۰.۹۵۳ | ۰.۹۵۹ | ۰.۶۲۴ |

برای بررسی توصیفی داده‌ها از آماره‌های توصیفی استفاده شد و مطابق با جدول ۷، میانگین، انحراف استاندارد، کمینه و بیشینه نمرات قابل مشاهده است و شاخص‌های کجی و کشیدگی نشان‌گر توزیع نرمال متغیرهاست.

جدول ۷

شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

| کمینه | بیشینه | میانگین | انحراف استاندارد | کجی | کشیدگی | |
|-------|--------|---------|------------------|--------|--------|--------------------------------------|
| ۱.۴۳ | ۴.۶۴ | ۳.۵۲۲۵ | ۰.۶۸۹۹۹ | -۰.۷۴۸ | -۰.۱۹۱ | کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| ۱.۰۰ | ۵.۰۰ | ۳.۱۳۱۷ | ۰.۷۰۷۲۲ | -۰.۴۸۱ | -۰.۳۰۷ | عوامل اقتصادی و مالی |
| ۱.۹۰ | ۴.۹۰ | ۳.۷۳۹۰ | ۰.۶۱۸۷۸ | -۰.۷۹۸ | ۰.۴۳۴ | عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی |
| ۱.۰۰ | ۵.۰۰ | ۴.۰۱۸۳ | ۰.۷۰۹۰۴ | -۱.۰۱۶ | ۲.۲۶۴ | بهره از سرمایه اجتماعی |
| ۱.۶۰ | ۴.۷۰ | ۳.۶۲۸۵ | ۰.۵۹۸۳۵ | -۰.۷۹۶ | ۰.۷۹۱ | توانمندسازی جامعه |
| ۱.۶۳ | ۴.۵۰ | ۳.۴۰۶۹ | ۰.۵۸۰۱۱ | -۰.۸۴۹ | ۰.۴۱۹ | عوامل فرهنگی |
| ۱.۰۹ | ۴.۷۳ | ۳.۶۷۴۵ | ۰.۶۵۱۰۶ | -۰.۹۵۵ | ۱.۴۵۰ | عوامل محیطی |
| ۱.۸۰ | ۴.۸۰ | ۳.۷۰۲۵ | ۰.۶۶۷۲۱ | -۰.۶۲۴ | -۰.۲۱۷ | عوامل تکنولوژیکی و نوآوری |
| ۱.۱۷ | ۴.۵۰ | ۳.۱۹۲۵ | ۰.۶۴۶۰۶ | -۰.۵۳۷ | ۰.۰۲۸ | عوامل اجتماعی |
| ۱.۱۴ | ۵.۰۰ | ۳.۶۸۵۷ | ۰.۷۰۱۷۶ | -۰.۵۴۹ | ۰.۴۱۸ | سرمایه انسانی |

در روش حداقل مربعات جزئی، معیارهایی برای ارزشیابی برازش مدل مطرح است از جمله معیار، پایایی، روایی همگرا و واگرا و بار عاملی به منظور برازش مدل‌های اندازه‌گیری مقادیر t -value و معیار Q معیار و R و معیار $Redundancy$ و معیار $Communality$ برای برازش مدل ساختاری و در نهایت معیار GOF به منظور بررسی نیکویی برازش مدل کلی که در ادامه به بررسی آن‌ها خواهیم پرداخت با توجه به معیارهای ارزشیابی برازش و تحلیل‌های صورت گرفته **جدول ۸** به بررسی ضرایب همبستگی و روایی تشخیصی می‌پردازد. قطر اصلی این ماتریس ریشه دوم میانگین واریانس تبیین شده را نشان می‌دهد.

جدول ۸

ضرایب همبستگی و شاخص روایی تشخیصی

| کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی | عوامل محیطی | عوامل فرهنگی | عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی | عوامل تکنولوژیکی و نوآوری | عوامل اقتصادی و مالی | اجتماع | سرمایه انسانی | توانمندی | از | بهره از سرمایه اجتماعی |
|--------------------------------------|-------------|--------------|--------------------------------|---------------------------|----------------------|--------|---------------|----------|----|--------------------------------------|
| | | | | | | | | | | ۰.۸۹۳ |
| | | | | | | | | | | بهره از سرمایه اجتماعی |
| | | | | | | | | | | ۰.۷۴۱ |
| | | | | | | | | | | توانمندسازی جامعه |
| | | | | | | | | | | ۰.۵۹۳ |
| | | | | | | | | | | سرمایه انسانی |
| | | | | | | | | | | ۰.۷۳۶ |
| | | | | | | | | | | ۰.۸۴۹ |
| | | | | | | | | | | عوامل اجتماعی |
| | | | | | | | | | | ۰.۳۹۰ |
| | | | | | | | | | | عوامل اقتصادی و مالی |
| | | | | | | | | | | ۰.۴۱۶ |
| | | | | | | | | | | عوامل تکنولوژیکی و نوآوری |
| | | | | | | | | | | ۰.۵۳۱ |
| | | | | | | | | | | عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی |
| | | | | | | | | | | ۰.۷۳۴ |
| | | | | | | | | | | عوامل فرهنگی |
| | | | | | | | | | | ۰.۷۲۸ |
| | | | | | | | | | | عوامل محیطی |
| | | | | | | | | | | ۰.۷۵۹ |
| | | | | | | | | | | کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| | | | | | | | | | | ۰.۴۰۷ |
| | | | | | | | | | | ۰.۴۶۷ |
| | | | | | | | | | | ۰.۵۰۴ |
| | | | | | | | | | | ۰.۵۲۶ |
| | | | | | | | | | | ۰.۵۷۲ |
| | | | | | | | | | | ۰.۵۵۲ |
| | | | | | | | | | | ۰.۶۷۷ |
| | | | | | | | | | | ۰.۶۷۸ |

براساس جدول ۹ و برای کسب اطمینان از قدرت پیش بینی و برازش مطلوب مدل به بررسی معیارهای R^2 در بررسی تأثیر یک متغیر برونزا و یک متغیر درونزا معیار Q^2 به منظور بررسی قدرت پیش بینی مدل، معیار افزونگی (Redundancy) و میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان (Communality) با هدف سنجش کیفیت مدل ساختاری و معیار نیکویی برازش (GOF) در بررسی برازش مدل کلی پرداخته شد.

جدول ۹

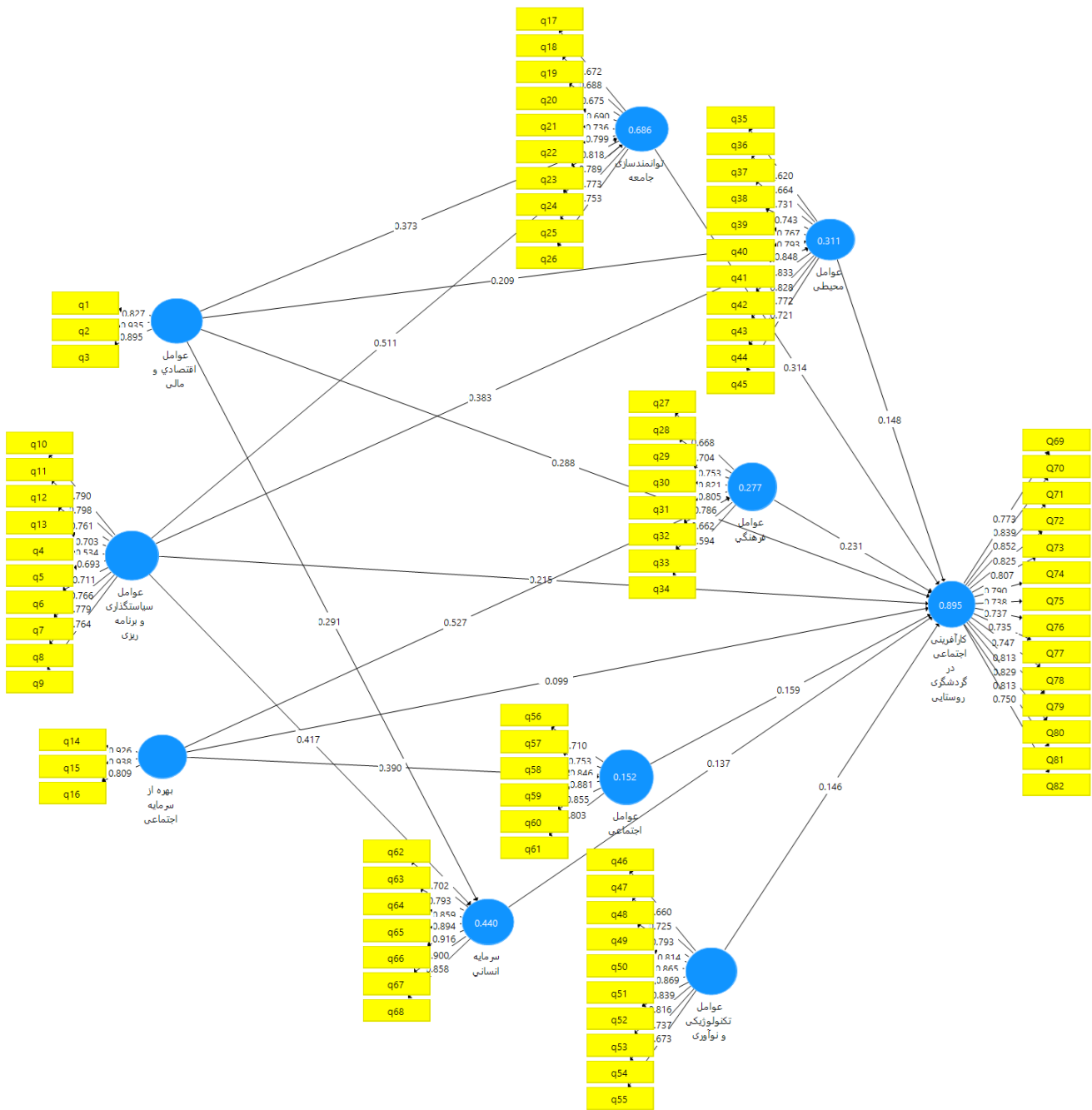
نتایج معیار

| Redundancy | Communality | R Square | |
|------------|-------------|----------|--------------------------------------|
| - | ۰.۴۴۷ | - | بهره از سرمایه اجتماعی |
| ۰.۳۴۸ | - | ۰.۶۸۶ | توانمندسازی جامعه |
| ۰.۲۷۴ | ۰.۶۰۰ | ۰.۴۴۰ | سرمایه انسانی |
| ۰.۰۹۱ | ۰.۵۰۲ | ۰.۱۵۲ | عوامل اجتماعی |
| ۰.۱۳۶ | ۰.۴۰۲ | ۰.۲۷۷ | عوامل فرهنگی |
| ۰.۱۵۹ | ۰.۴۹۰ | ۰.۳۱۱ | عوامل محیطی |
| ۰.۵۱۸ | ۰.۵۳۳ | ۰.۸۹۵ | کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| - | ۰.۵۱۶ | - | عوامل اقتصادی و مالی |
| - | ۰.۵۲۲ | - | عوامل تکنولوژیکی و نوآوری |
| - | ۰.۴۲۶ | - | عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی |
| | | ۰.۴۵۲ | GOF |

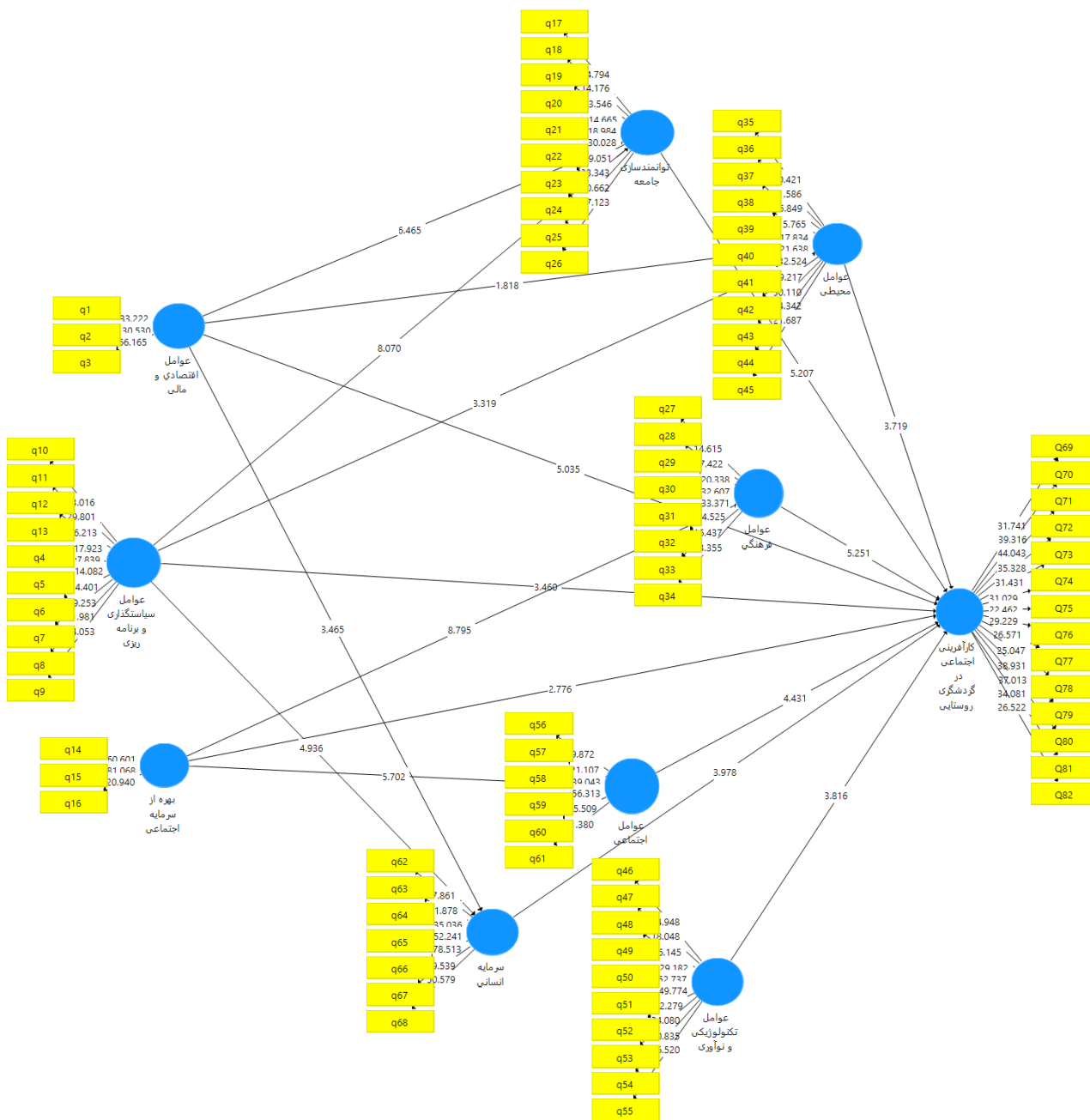
نتایج بارهای عاملی متغیرهای تحقیق در اشکال زیر نشان داده شده است:

شکل ۷

حالت استاندارد با استفاده از تکنیک حداقل مربعات جزئی



حالت معناداری T با استفاده از تکنیک بوت استرپینگ



در ادامه با توجه به قابلیت استناد روابط بین سازه‌ها با متغیرهای پنهان پرسشنامه‌ها به بررسی روابط متغیرها و فرضیات پژوهش پرداخته می‌شود:

جدول ۱۰

 ضرایب مسیر و آماره t

| نتیجه | P Values | آماره T | ضریب مسیر (β) | فرضیه |
|-------|----------|---------|-----------------------|--|
| تایید | ۰.۰۰۰ | ۵.۷۰۲ | ۰.۳۹۰ | بهره از سرمایه اجتماعی -> عوامل اجتماعی |
| تایید | ۰.۰۰۰ | ۸.۷۹۵ | ۰.۵۲۷ | بهره از سرمایه اجتماعی -> عوامل فرهنگی |
| تایید | ۰.۰۰۶ | ۲.۷۷۶ | ۰.۰۹۹ | بهره از سرمایه اجتماعی -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| تایید | ۰.۰۰۰ | ۵.۲۰۷ | ۰.۳۱۴ | توانمندسازی جامعه -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| تایید | ۰.۰۰۰ | ۳.۹۷۸ | ۰.۱۳۷ | سرمایه انسانی -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| تایید | ۰.۰۰۰ | ۴.۴۳۱ | ۰.۱۵۹ | عوامل اجتماعی -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| تایید | ۰.۰۰۰ | ۶.۴۶۵ | ۰.۳۷۳ | عوامل اقتصادی و مالی -> توانمندسازی جامعه |
| تایید | ۰.۰۰۱ | ۳.۴۶۵ | ۰.۲۹۱ | عوامل اقتصادی و مالی -> سرمایه انسانی |
| رد | ۰.۰۷۱ | ۱.۸۱۸ | ۰.۲۰۹ | عوامل اقتصادی و مالی -> عوامل محیطی |
| تایید | ۰.۰۰۰ | ۵.۰۳۵ | ۰.۲۸۸ | عوامل اقتصادی و مالی -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| تایید | ۰.۰۰۰ | ۳.۸۱۶ | ۰.۱۴۶ | عوامل تکنولوژیکی و نوآوری -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| تایید | ۰.۰۰۰ | ۸.۰۷۰ | ۰.۵۱۱ | عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی -> توانمندسازی جامعه |
| تایید | ۰.۰۰۰ | ۴.۹۳۶ | ۰.۴۱۷ | عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی -> سرمایه انسانی |
| تایید | ۰.۰۰۱ | ۳.۳۱۹ | ۰.۳۸۳ | عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی -> عوامل محیطی |
| تایید | ۰.۰۰۱ | ۳.۴۶۰ | ۰.۲۱۵ | عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| تایید | ۰.۰۰۰ | ۵.۲۵۱ | ۰.۲۳۱ | عوامل فرهنگی -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| تایید | ۰.۰۰۰ | ۳.۷۱۹ | ۰.۱۴۸ | عوامل محیطی -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |

در جدول ۱۰ ضریب مسیر فرضیات و مقدار آماره T و معناداری از روش حداقل مربعات جزئی به دست آمده است در سطح اطمینان ۹۵ درصد آمارها بیشتر از (۱.۹۶) و معناداری کمتر از ۰.۰۵ برای تمام فرضیات به جز عوامل اقتصادی و مالی بر عوامل محیطی معنادار گردید. در ادامه، در بررسی نقش میانجی از آزمون سوبل (۱۹۸۶) استفاده در این روش میتوان از تخمین نرمال برای بررسی معنی داری رابطه استفاده کرد و با داشتن برآورد خطای استاندارد اثر غیر مستقیم میتوان فرضیه صفر را در مقابل فرض خلاف آزمون کرد. آماره Z برابر است با نسبت ab به خطای استاندارد آن بر این اساس در مورد نقش میانجی نتیجه آزمون سوبل به این صورت است:

جدول ۱۱

بررسی نقش میانجی از آزمون سوبل

| نتیجه | آماره T | فرضیه |
|-------|---------|---|
| تایید | ۴.۰۵۹ | عوامل اقتصادی و مالی -> توانمندسازی جامعه -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| رد | ۱.۶۳۱ | عوامل اقتصادی و مالی -> عوامل محیطی -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| تایید | ۲.۵۹۴ | عوامل اقتصادی و مالی -> سرمایه انسانی -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| تایید | ۴.۳۹۷ | عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی -> توانمندسازی جامعه -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| تایید | ۳.۰۷۴ | عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی -> سرمایه انسانی -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| تایید | ۲.۴۶۳ | عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی -> عوامل محیطی -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| تایید | ۳.۴۹۹ | بهره از سرمایه اجتماعی -> عوامل اجتماعی -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |
| تایید | ۴.۵۰۶ | بهره از سرمایه اجتماعی -> عوامل فرهنگی -> کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی |

با توجه به این که مقدار به دست آمده آزمون سوبل در آزمون عوامل اقتصادی و مالی - عوامل محیطی - کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی کمتر از ۱.۹۶ (مقدار ۱.۶۳۱) است، عوامل محیطی در رابطه بین عوامل اقتصادی و مالی و کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی نقش میانجی ندارد و نیز با توجه به این که مقدار به دست آمده از آزمون سوبل در دیگر فرضیات بیشتر از ۱.۹۶ است متغیر میانجی در فرضیات تایید گردید.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر ارائه مدلی از عوامل موثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی استان گیلان بود. در این پژوهش عوامل تعیین کننده از طریق مرور مصاحبه به وسیله روش تحلیل مضمون شناسایی گردید که در نهایت ۱۰ عامل موثر عوامل اقتصادی و مالی، عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی، بهره از سرمایه اجتماعی، توانمندسازی جامعه، عوامل فرهنگی، عوامل محیطی، عوامل تکنولوژیکی و نوآوری، عوامل اجتماعی، سرمایه انسانی و کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی استخراج گردید، سپس ۱۰ عامل موثر به صورت پرسشنامه مقایسه زوجی که طیفی بین مثبت و منفی یک داشت در اختیار خبرگان، صاحبان نظران، اساتید حوزه گردشگری و کارآفرینی با سابقه درخشان استان گیلان قرار گرفت و اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه و تحلیل آن با استفاده از روش شناختی فازی، روابط این عوامل مورد بررسی قرار گرفته شد. سپس در نهایت مدل پژوهش با روش معادلات ساختاری در نمونه اماری کارآفرینانی که در روستاهای استان گیلان مشغول به فعالیت در حوزه گردشگری آزمون شد. نتایج نشان داد که کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی و توانمند سازی جامعه دارای بیشترین ظرفیت تأثیرپذیری و مولفه عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی و عوامل اقتصادی و مالی دارای بیشترین توان تأثیرگذاری به دست آمد. اهمیت سیاست، عوامل اقتصادی و مرتبط با جامعه با جامعه با تحقیقات قبلی مطابقت دارد (Harisandi, 2024; Jamal & Alroaia, 2021; Jasiyah, 2024; Kosasih, 2024; Olmedo et al., 2024; Sequeira, 2020; Shuhaimi, 2024; Wulan, 2024). در پژوهش‌های دیگر نیز نقش عوامل فردی، اجتماعی و روانی نیز در ادبیات کارآفرینی روستایی به خوبی مستند شده است (Khosravipour & Pourjavid, 2017; Salehi Kakhki et al., 2019). در مدل ارائه شده عوامل اقتصادی و مالی، عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی، بهره از سرمایه اجتماعی و عوامل تکنولوژیکی و نوآوری نقش متغیر مستقل؛ توانمندسازی جامعه، عوامل فرهنگی، عوامل محیطی و عوامل اجتماعی نقش متغیر میانجی و کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی نقش متغیر وابسته دارند. از دیگر نتایج حاصل از پژوهش ارتباط معنادار عوامل اقتصادی و مالی، عوامل سیاستگذاری و برنامه ریزی، بهره از سرمایه اجتماعی، توانمندسازی جامعه، عوامل فرهنگی، عوامل محیطی، عوامل تکنولوژیکی و نوآوری، عوامل اجتماعی و سرمایه انسانی بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی بوده است که توانمند سازی جامعه بیشترین ضریب مسیر با مقدار ۰.۳۱۴ به دست آورد و نشان داد که توانمندسازی زنان، جوانان و گروه‌های به حاشیه رانده شده، دسترسی برابر به منابع، مهارت‌ها و فرصت‌ها را برای راه‌اندازی شرکت‌های اجتماعی در گردشگری روستایی فراهم می‌کند (Agrawal et al., 2021; Aramesh et al., 2021). ابتکارات توانمندسازی که آموزش، راهنمایی و پشتیبانی را ارائه می‌دهد به ایجاد مهارت‌های کارآفرینی، خودکارآمدی و اعتماد اعضای جامعه روستایی کمک می‌کند (Aramesh et al., 2021; Samadzad, 2023). از طرف دیگر، توانمندسازی جوامع برای استفاده از منابع محلی منحصر به فرد خود، مانند دارایی‌های طبیعی، دانش سنتی و میراث فرهنگی، آن‌ها را قادر می‌سازد تا کارآفرینی اجتماعی نوآورانه را در گردشگری روستایی توسعه دهند (Jami & Gökdeniz, 2018; Lang & Fink, 2019). با توانمندسازی جوامع روستایی، کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به توسعه پایدار از طریق ایجاد شغل، تولید درآمد، حفظ محیط زیست و بهبود کیفیت زندگی کمک کند. مطالعات

نشان داده است که توانمندسازی گروه‌های به حاشیه رانده شده، مانند زنان و جوانان، می‌تواند پتانسیل کارآفرینی آن‌ها را باز کند و منجر به ایجاد شرکت‌های اجتماعی شود که به چالش‌های محلی رسیدگی می‌کنند (Agrawal et al., 2021; Aramesh et al., 2021). از دیگر نتایج حاصل از این پژوهش عدم ارتباط عوامل اقتصادی و مالی بر عوامل محیطی بوده است. ارتباط بین بهره از سرمایه اجتماعی بر عوامل اجتماعی بود که این نتیجه اهمیت سرمایه اجتماعی برای توسعه پایدار روستایی از طریق گردشگری به خوبی در ادبیات مستند شده است (Park et al., 2012). این اقدام جمعی، به اشتراک گذاری منابع و انعطاف پذیری جامعه را تسهیل می‌کند. نقش مسئولیت اجتماعی، خودکارآمدی کارآفرینی اجتماعی و مشارکت ذینفعان در تقویت کارآفرینی اجتماعی با تحقیقات گسترده تر در مورد کارآفرینی اجتماعی سازگار است (Moridsadat & Moamelvand, 2020; Naderi et al., 2019).

در بررسی بهره از سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی نتایج نشان داد که کمترین میزان را در بین عوامل موثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی دارد اما در پیشینه ادبیات خلاف این را نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی یک عامل کلیدی در توسعه و موفقیت گردشگری روستایی، از جمله از طریق کارآفرینی اجتماعی است. سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر توسعه گردشگری روستایی دارد. چندین مطالعه نشان داد که سطوح بالاتر سرمایه اجتماعی مزایای اقتصادی، مشارکت جامعه و نتایج گردشگری پایدار را تسهیل می‌کند (Ebrahimi & Yaqoubi, 2022; Li & Wang, 2020). سرمایه اجتماعی می‌تواند هم به عنوان محرک و هم نتیجه توسعه گردشگری روستایی باشد. این به فعال کردن ابتکارات گردشگری کمک می‌کند، در حالی که گردشگری می‌تواند سرمایه اجتماعی را در جامعه تقویت کند (Borlido & Coromina, 2018). جنبه‌های خاصی از سرمایه اجتماعی، مانند ارتباطات اجتماعی در چین، به عنوان عوامل تعیین کننده مهم در مشارکت ساکنان و حمایت از توسعه گردشگری روستایی نشان داده شده است (Dai et al., 2021). فقدان تعاملات نهادی مناسب و سرمایه اجتماعی به عنوان نقطه ضعف محدود کننده پایداری توسعه روستایی از جمله گردشگری شناخته شده است (Ebrahimi & Yaqoubi, 2022). بنابراین پیشنهاد می‌گردد که تقویت مشارکت و مشارکت جامعه در برنامه ریزی و توسعه گردشگری را سیاست گذاران ترویج دهند. این می‌تواند اعتماد، شبکه‌ها و حس مالکیت مشترک را ایجاد کند. از طرفی پیشنهاد می‌گردد سرمایه گذاری در توسعه رهبری محلی و ظرفیت سازمانی برای تسهیل اقدامات جمعی و کارآفرینی اجتماعی را ایجاد نماید. همچنین، به سیاست گذاران پیشنهاد می‌گردد ابتکاراتی را ترویج کنند که سرمایه اجتماعی را بین جوامع روستایی و ذینفعان خارجی گردشگری مانند سازمان‌های دولتی و مشاغل خصوصی ایجاد می‌کن. و تشویق تشکیل تعاونی‌ها، انجمن‌ها، و سایر ساختارهای جمعی که می‌توانند منابع را جمع کنند و فعالیت‌های مرتبط با گردشگری را هماهنگ کنند. راهبرد مناسبی می‌تواند باشد. در نهایت سیاست گذاران می‌توانند برنامه‌هایی را توسعه دهند که مهارت‌ها، دانش و دسترسی به منابع مالی را برای کارآفرینان اجتماعی روستایی درگیر در سرمایه گذاری‌های گردشگری افزایش دهند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازین اخلاقی

در پژوهش حاضر تمامی موازین اخلاقی مرتبط با پژوهش و نگارش مقاله رعایت شده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Aazami, M., & Shanazi, K. (2020). Tourism wetlands and rural sustainable livelihood: The case from Iran. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 30, 100284. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100284>
- Agrawal, A., Gandhi, P., & Khare, P. (2021). Women empowerment through entrepreneurship: case study of a social entrepreneurial intervention in rural India. *International Journal of Organizational Analysis*, 31(4), 1122-1142. <https://doi.org/10.1108/IJOA-03-2021-2659>
- Alrawadieh, Z., & Alrawadieh, Z. (2018). Exploring entrepreneurship in the sharing accommodation sector: Empirical evidence from a developing country. *Tourism Management Perspectives*, 28, 179-188. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.09.001>
- Aramesh, H., Ras, A., & Keshavarz, S. (2021). The effectiveness of social entrepreneurship in empowering rural women: Case: Suburban area of Chabahar. <https://serd.khu.ac.ir/article-1-3621-en.html>
- Ayhan, Ç. K., Taşlı, T. C., Özkök, F., & Tatlı, H. (2020). Land use suitability analysis of rural tourism activities: Yenice, Turkey. *Tourism Management*, 76, 103949. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.07.003>
- Booth, P., Chaperon, S. A., Kennell, J. S., & Morrison, A. M. (2020). Entrepreneurship in island contexts: A systematic review of the tourism and hospitality literature. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102438. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102438>
- Borlido, T., & Coromina, L. (2018). Social capital as cause and consequence of rural touristic development: The case of Lindoso (Portugal). *European Journal of Tourism Research*, 19, 71-85. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v19i.326>
- Cook, G. (2024). Environmental Education in Ecotourism Destinations: Visitor Experience on Tiritiri Matangi Island, New Zealand. <https://doi.org/10.24135/7es.33>
- Cunha, C., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. (2020). Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 215-226. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.007>
- Dai, M., Fan, D. X., Wang, R., Ou, Y., & Ma, X. (2021). Residents' social capital in rural tourism development: Guanxi in housing demolition. *Journal of Destination Marketing & Management*, 22, 100663. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100663>
- Deller, S., Kures, M., & Conroy, T. (2019). Rural entrepreneurship and migration. *Journal of Rural Studies*, 66, 30-42. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.01.026>
- Ebrahimi, M. S., & Yaqoubi, M. (2022). Effect of Social Capital Components on the Development of Rural Tourism. *Journal of Tourism Hospitality Research*, 9(1), 83-98. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://sanad.iaui.ir/fa/Journal/tourism/DownloadFile/867867&ved=2ahUKEwjgsPutl_iKAXVD1wIHHcU-BQwQFnoECB8QAQ&usq=AOvVaw2HxzdNqU0a1qnb1_9SLQfX
- Galvao, A. R., Mascarenhas, C., Marques, C. S., Braga, V., & Ferreira, M. (2020). Mentoring entrepreneurship in a rural territory: A qualitative exploration of an entrepreneurship program for rural areas. *Journal of Rural Studies*, 78, 314-324. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.06.038>
- Harisandi, P. (2024). Creation of Micro Market Structure in MSMEs in Review of Social Entrepreneurship Involvement, Government Policy and Empowerment. *Kontigensi Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 231-246. <https://doi.org/10.56457/jimk.v12i1.534>

- Imedashvili, S., Kekua, A., & Ivchenko, P. (2013). Rural entrepreneurship: Challenges and opportunities. <https://www.semanticscholar.org/paper/Rural-Entrepreneurship%3A-Challenges-and-Imedashvili-Kekua/9255becd62d5e28750523a13514827f555490b96>
- Jamal, M., & Alroaia, Y. V. (2021). Analysis of factors affecting entrepreneurship development in rural areas in the light of jihadi management. *International Journal of Human Capital in Urban Management*, 6(3), 277-290. https://www.researchgate.net/publication/370633550_Analysis_of_factors_affecting_entrepreneurship_development_in_rural_areas_in_the_light_of_jihadi_management
- Jami, M. Y., & Gökdeniz, İ. (2018). Rural development through social entrepreneurship. *Rocznik Administracji Publicznej*, 2018(4), 232-242. <https://doi.org/10.4467/24497800RAP.18.014.9229>
- Jasiyah, R. (2024). The Disabled Community Empowerment Model With Social Entrepreneurship Approach to Tenoon Business. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 92-98. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i2.534>
- Khosravipour, B., & Pourjavid, S. (2017). Identify factors affecting the development of entrepreneurship in small businesses (SMEs) Rural Women Islamabad city using the techniques of content analysis. *Rural Development Strategies*, 4(3), 299-315. https://rdsj.torbath.ac.ir/article_58179.html?lang=en
- Kosasih, K. (2024). The Social Entrepreneurship Approach to Improve the Medicinal Efficient Wild Plants' Economic Value in the Community. *IJEBMR*. <https://doi.org/10.51505/IJEBMR.2024.8702>
- Kuratko, D. F., Morris, M. H., & Schindehutte, M. (2015). Understanding the dynamics of entrepreneurship through framework approaches. *Small Business Economics*, 45, 1-13. <https://doi.org/10.1007/s11187-015-9627-3>
- Lang, R., & Fink, M. (2019). Rural social entrepreneurship: The role of social capital within and across institutional levels. *Journal of Rural Studies*, 70, 155-168. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.03.012>
- Leu, T. C. (2019). Tourism as a livelihood diversification strategy among Sámi indigenous people in northern Sweden. *Acta Borealia*, 36(1), 75-92. <https://doi.org/10.1080/08003831.2019.1603009>
- Li, X., & Wang, Y. (2020). Influence of Social Capital on Rural Tourism Development. *Asian Agricultural Research*, 12(11), 41-45. <https://ageconsearch.umn.edu/record/310134/?ln=en&v=pdf>
- Mohammadi, S., Jahanian, M., & Pourtaheri, M. (2022). Examining the Impact of Social Entrepreneurship on Economic Development with an Emphasis on the Mediating Role of Rural Tourism (Case Study: North Khorasan Province). *Tourism Planning and Development*, 11(42), 139-164. https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_4250.html?lang=en
- Moridsadat, P., & Moamelvand, S. (2020). The factors affecting sustainable entrepreneurship development in rural tourism (case study: Golejyan rural district, Tonekabon county). *Researches in Earth Sciences*, 10(4), 91-107. <https://doi.org/10.52547/esrj.10.4.91>
- Naderi, A., Nasrolahi Vosta, L., Ebrahimi, A., & Jalilvand, M. R. (2019). The contributions of social entrepreneurship and transformational leadership to performance: Insights from rural tourism in Iran. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 39(9/10), 719-737. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-06-2019-0124>
- Olmedo, L., Ruiz-Rivera, M. J., O'Shaughnessy, M., & Chatzichristos, G. (2024). Rural-Urban Features of Social Innovation: An Exploratory Study of Work Integration Social Enterprises in Ireland. *Societies*, 14(6), 82. <https://doi.org/10.3390/soc14060082>
- Park, D. B., Lee, K. W., Choi, H. S., & Yoon, Y. (2012). Factors influencing social capital in rural tourism communities in South Korea. *Tourism Management*, 33(6), 1511-1520. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.02.005>
- Sá, E., Casais, B., & Silva, J. (2018). Local development through rural entrepreneurship, from the Triple Helix perspective: The case of a peripheral region in northern Portugal. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 698-716. <https://doi.org/10.1108/IJEER-03-2018-0172>
- Salehi Kakhki, M., Jahani, M., & Ghanbarzadeh, H. (2019). Identification and prioritization of factors affecting the creation of rural entrepreneurship opportunities in Iran. *Journal of Research and Rural Planning*, 8(4), 69-90. https://jrrp.um.ac.ir/article_32686.html
- Samadzad, S. (2023). Investigating the impact of empowerment on entrepreneurship with emphasis on social innovation in informal settlements in Tabriz. *International Journal of Innovation in Management, Economics and Social Sciences*, 3(4), 35-47. <https://doi.org/10.59615/ijimes.3.4.35>
- Sequeira, R. R. (2020). Factors affecting rural entrepreneurship. *international Journal of research in engineering, Science and Management*, 3(8), 239-240. <https://journal.ijresm.com/index.php/ijresm/article/view/168>
- Shuhaimi, M. S. Z. (2024). The Social Entrepreneurship and Empowerment Culture Among Youth in Elderly Care. *Majcafe*, 32(1), 307-331. <https://doi.org/10.60016/majcafe.v32.12>
- Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D., & Skuras, D. (2004). Rural entrepreneurship in Europe: a research framework and agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 10(6), 404-425. <https://doi.org/10.1108/13552550410564725>
- Wulan, T. S. (2024). Social Entrepreneurship and Impact on Community Empowerment in Indonesia's Coastal Areas. *International Journal of Business Law and Education*, 5(2), 1584-1596. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i2.617>

Zolfani, S. H., Sedaghat, M., Maknoon, R., & Zavadskas, E. K. (2015). Sustainable tourism: a comprehensive literature review on frameworks and applications. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 28(1), 1-30.
<https://doi.org/10.1080/1331677X.2014.995895>