

Research Paper

Examining the Impact of Social Entrepreneurship on Economic Development and Emphasizing the Role of Rural Tourism as a Mediator (Case Study: North Khorasan Province)

Samira Mohammadi¹ , Manouchehr Jahanian^{*2} , Mehdi Pur taheri³ 

¹ Ph.D. student in tourism management, Tehran University of Science and Culture

(samar.mohammadi@yahoo.com)

² Assistant professor and head of tourism faculty, Tehran University of Science and Culture

(manouchehrjahanian@gmail.com)

³ Associate Professor, Faculty of Human Sciences, Department of Geography and Rural Planning, Tarbiat Modares Faculty (mahdit@modares.ac.ir).



10.22080/JTPD.2023.23418.3687

Received:

April 19, 2022

Accepted:

August 24, 2022

Available online:

November 6, 2022

Keywords:

Rural Tourism, Social Entrepreneurship, Economic Development, Rural Entrepreneurship, North Khorasan Province

Abstract

Context and Purpose: Nowadays, the probability of occurrence of the social entrepreneurship as a social and humanitarian mission is increasing through various types of businesses, including types of tourism. The present research was conducted to analyze the mediating role of rural tourism in the impact of social entrepreneurship on economic development in North Khorasan province.

Design/methodology/approach: This study follows a descriptive research method and is practical in terms of purpose and survey type in terms of the data collection method. Moreover, SPSS software was used for descriptive statistics, and Lisrel software was utilized to test research hypotheses. The statistical population of the research was ten target villages and tourist destinations of North Khorasan province, which were selected through the purposeful sampling method. The tool for collecting information related to the research variables was an interview-based questionnaire, whose content and construct validities were checked. The reliability of the questionnaire was also confirmed by Cronbach's alpha test as higher than 0.7 for all three variables of the current research.

Findings: The obtained results indicate that the variable of social entrepreneurship has a direct and significant effect on the variables of economic development and rural tourism. Also, the rural tourism variable positively affects the economic development variable. On the other hand, the social entrepreneurship variable, through the mediator role of the rural tourism variable, has an indirect and significant effect on economic development.

Conclusion: The key result is that the emergence of social entrepreneurship in villages with tourism potential leads to economic prosperity in both direct and indirect ways.

Originality/value: Most of the previous studies have paid attention to the direct and indirect social and cultural effects of social entrepreneurship, but in the present research, these effects were investigated in the economic development of villages with tourism potential.

*Corresponding Author: Manouchehr Jahanian

Address: Tehran University of Science and Culture

Email: manouchehrjahanian@gmail.com

Tel: 021-46142376



Extended Abstract

1. Introduction

Tourism, as an important approach by principled planning and identification of advantages and limitations, can play an effective role in the development and diversification of the economy, and by creating a variety of entrepreneurship, can bring many economic benefits to the destination community. Nowadays the probability and occurrence rate of social entrepreneurship as a social and humanitarian mission is increasing through different types of businesses. Although entrepreneurs, whether in traditional entrepreneurship or social entrepreneurship, invest in resources that create value, and social values lead to the creation of jobs and the revival of disadvantaged sectors in society, the key difference between business entrepreneurs and social entrepreneurs is that business entrepreneurs are motivated by money but social entrepreneurs are motivated by altruism or philanthropy. Some theorists state that, although economic and individual benefits may be important for social entrepreneurs, just like commercial entrepreneurs, the priority of social entrepreneurs is to achieve general and social benefits, and in the next steps, economic benefits are important for them. Although tourism business entrepreneurs can be good helpers for the development of rural areas, for reasons such as problems in rural areas, very high risk of investment, fear of failure, etc., these types of entrepreneurs are not willing to activities in restricted areas as they should be. This issue shows the lack of a driving force with motives beyond purely economic reasons to start a business in rural areas. This gap can be filled by social entrepreneurs with motives

beyond economic reasons and with social goals because social entrepreneurship considers the discovery of new tools to achieve positive and constructive social changes. According to what was written, this research seeks to answer the question “what is the mediator role of rural tourism in the impact of tourism social entrepreneurship on the economic development of North Khorasan province?” The objectives of this research are to determine the impact of social entrepreneurship on rural tourism, characterize the impact of rural tourism on economic development, discuss the impact of social entrepreneurship tourism on economic development, and specify the impact of social entrepreneurship through rural tourism on the economic development of North Khorasan province.

2. Research Methodology

This research is functional in terms of purpose, descriptive based on the research method, and survey type in terms of the data collection method. SPSS 16 software was used for descriptive statistics and Lisrel 8.5 was utilized to test research hypotheses. The geographical area of this research is North Khorasan province and the statistical community is active tourism entrepreneurs in ten villages selected by the researchers, social entrepreneurs active in these villages, rural entrepreneurs of these ten villages, as well employees of related departments, experts, and university professors of North Khorasan province in the fields of entrepreneurship and tourism. Due to the limitedness of the mentioned statistical population, in this research, the purposeful sampling method was used and the entire mentioned statistical population was examined.

3. Research Findings

Social entrepreneurship in villages with tourism potential, such as target villages and tourism destinations, can cause economic development through a positive effect on the promotion of rural tourism. In this regard, four hypotheses were tested. In the first hypothesis, the impact of social entrepreneurship on rural tourism was measured. The first hypothesis of this research was confirmed with path coefficients of 0.29 and a t-value of 5.34.

In the second hypothesis, the effectiveness of economic development from rural tourism was measured. The test results of the path coefficient and t-value showed a positive effect of 4.75 and 0.25, respectively; so the second hypothesis was also confirmed.

The path coefficient and t-statistics tests about the effects of social entrepreneurship on rural economic development revealed the effect of 2.26 and 0.26, respectively, which confirms the impact of social entrepreneurship on economic development and therefore, confirms the third hypothesis of this research.

Also, the coefficient of the indirect effect between social entrepreneurship and economic development, through the intermediary variable of rural tourism, is equal to 25.36; thus, social entrepreneurship has a significant effect on economic development. As a result, the rural tourism variable has played a role as a mediating variable in the above relationship. Also, the VAF20 statistic, with a value of 0.21801, showed that more than 21% of the total effect of social entrepreneurship was brought to economic development indirectly through the mediator variable of rural tourism.

Finally, the fourth hypothesis, titled the effectiveness of social entrepreneurship on rural economic development through the promotion of rural tourism, was also confirmed.

4. Conclusion

The results of the research show that social entrepreneurship, by employing local unskilled workers and training them, reduces the risk of investment. Using businesses and laying the groundwork for other types of rural businesses have a direct role in the economic development of villages. It is clear that the growth, implementation, and proper development of rural tourism can help the growth and development of local businesses, the return of people from big cities to their homeland, and efforts to preserve their native heritage and make a big contribution to helping rural economic growth. So, it can be concluded that social entrepreneurship, with a direct effect on rural tourism, can indirectly play a role in economic development, too. According to this, it is necessary to increase the level of awareness of the social entrepreneurs of the province and the local residents of the villages regarding the positive effects of the social entrepreneurship of rural tourism; and to achieve economic development in this field, more activities should be carried out.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

The authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.



Conflict of Interest

The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

The authors appreciate all the scientific consultants in this paper.



علمی پژوهشی

بررسی تأثیر کارآفرینی اجتماعی بر توسعه اقتصادی با تأکید بر نقش میانجی گردشگری روستایی (مورد مطالعاتی: استان خراسان شمالی)

سمیرا محمدی^۱ ، منوچهر جهانیان^{۲*} ، مهدی پور طاهری^۳ 

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ تهران، تهران، ایران. (samar.mohammadi@yahoo.com)
^۲ استادیار دانشکده گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ تهران، تهران، ایران. (manouchehrjahanian@gmail.com)
^۳ دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. (mahdit@modares.ac.ir).

 10.22080/JTPD.2023.23418.3687

چکیده

زمینه و هدف: امروزه، احتمال وقوع کارآفرینی اجتماعی به عنوان مأموریت اجتماعی و انسان‌دوستانه، از طریق انواع مختلف کسب‌وکارها رو به افزایش است. تحقیق حاضر با هدف تحلیل نقش میانجی گردشگری روستایی در تأثیر کارآفرینی اجتماعی بر توسعه اقتصادی در استان خراسان شمالی انجام شده است.

روش‌شناسی: این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و بر اساس نوع روش تحقیق، توصیفی و از لحاظ روش گردآوری داده‌ها از نوع پیمایشی است. در تحقیق حاضر از نرم‌افزار SPSS برای تحلیل داده‌های آماری و Lisrel جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق، هشت روستاهای هدف و دو روستای مقصد گردشگری استان خراسان شمالی است که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه مصاحبه‌محور استاندارد بوده که به منظور سنجش پایایی آن از آلفای کرونباخ استفاده شد.

یافته‌ها: یافته‌ها حاکی از آن است که متغیر کارآفرینی اجتماعی، با تأثیرگذاری مستقیم بر شاخص‌های گردشگری روستایی، این نوع از گردشگری را در روستاهای مورد مطالعه رونق می‌دهد. همچنین، یافته‌های تحقیق گویای این بود که کارآفرینی اجتماعی به طور مستقیم و با تأثیرگذاری بر شاخص‌های اقتصادی، توسعه اقتصادی را در منطقه مورد مطالعه، ایجاد می‌نماید. علاوه بر این یافته‌ها، نشان‌دهنده نقش میانجی گردشگری روستایی در تأثیر کارآفرینی اجتماعی در توسعه اقتصادی استان بود، بدان معنا که کارآفرینی اجتماعی گردشگری، با بهبود گردشگری روستایی، به طور غیر مستقیم نیز، توسعه اقتصادی را ایجاد می‌کند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها: در نهایت این گونه نتیجه شد که ظهور کارآفرینی اجتماعی در روستاهای دارای پتانسیل گردشگری، هم به طور مستقیم و هم از طریق نقش میانجی گردشگری روستایی رونق اقتصادی را به دنبال دارد.

نوآوری و اصالت: اغلب مطالعات انجام‌شده پیشین، تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم اجتماعی و فرهنگی کارآفرینی اجتماعی را مورد توجه قرار داده‌اند، اما در تحقیق حاضر این تأثیرات، در توسعه اقتصادی روستاهای دارای پتانسیل گردشگری مورد بررسی واقع شد.

تاریخ دریافت:

۳۰ فروردین ۱۴۰۱

تاریخ پذیرش:

۲ شهریور ۱۴۰۱

تاریخ انتشار:

۱۵ آبان ۱۴۰۱

کلیدواژه‌ها:

گردشگری روستایی،

کارآفرینی اجتماعی،

توسعه اقتصادی،

کارآفرینی روستایی،

استان خراسان شمالی.

* نویسنده مسئول: منوچهر جهانیان

آدرس: دانشگاه علم و فرهنگ تهران

ایمیل: manouchehrjahanian@gmail.com

تلفن: 021-46142376

۱ مقدمه

گردشگری یکی از سریع‌ترین صنایع در حال رشد در جهان است (Burbano et al., 2022). این صنعت بخشی پویایی است و می‌تواند از طرق زیادی بر زندگی مردم تأثیر بگذارد (Barimani et al., 2019). گردشگری به عنوان یک بخش رو به رشد اقتصادی، به فراخور نوع مکان و منطقه گردشگری، شاخه‌های مختلفی دارد (Duman et al., 2018). یکی از شاخه‌های مهم گردشگری در دنیای امروز، گردشگری روستایی می‌باشد. این نوع از گردشگری، در دهه گذشته به عنوان یک ابزار احیای اقتصادی و همچنین به عنوان راهی برای حفظ و بزرگداشت فرهنگ‌های محلی و منابع، طرفدارانی برای خویش یافته است (Benseman, 2009). می‌توان گفت، گردشگری روستایی به عنوان مکمل کارکردهای فضای روستایی، جهت سازمان‌دهی، آمایش و پراکنش مناسب امکانات و خدمات در مناطق روستایی استفاده می‌شود، علی‌رغم آنچه بیان شد، گردشگری روستایی در اکثر روستاهای کشور مغفول مانده و حتی در بسیاری از روستاهای هدف گردشگری نیز، آن‌چنان که شایسته و درخور این صنعت می‌باشد، به آن توجه نشده است. لذا امروزه بسیاری از نواحی روستایی، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، در حال تجربه کردن مشکلات ناشی از رکود، ایستایی و کساد اقتصادی هستند (Healind and Gerhard, 2002:2). این موضوع در استان‌های محروم پرنرنگ‌تر نیز است، که از دلایل آن کاستی در تنوع اقتصادی، نبود نگاه کارآفرینی و همانند آن‌ها را می‌توان نام برد. در نتیجه هر روز، مناطق روستایی، با چالش‌های راهبردی افزایش فاصله توسعه‌ای بین شهر و روستا، کمبود منابع انسان‌ساخت، بیکاری، درآمد کم، بهره‌وری پایین، فقر، افزایش مهاجرت روستایی، پسرقت‌های زیست محیطی و... مواجه هستند (Hazarjaribi, 2005:148). جهت مقابله با این مسأله، اکثر کشورها توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان دارند و تقویت کارآفرینی گردشگری و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن، از ابزار

پیشرفت و توسعه کشورها به‌ویژه کشورهای درحال- توسعه به شمار می‌آید. توسعه کارآفرینی و گردشگری لازم و ملزوم یکدیگرند، به گونه‌ای که وقتی برخی موانع توسعه گردشگری مانند، سیاست‌ها و قوانین مرتبط، نقص توسعه زیرساخت‌ها، موانع بین‌المللی، موانع مالی، نامتوازی و دخالت سازمان‌ها و موانع فرهنگی دیده می‌شود، ایجاد سازوکار و بستر مناسب برای ظهور کارآفرینان گردشگری، بسیاری از این موانع را از بین می‌برد (Bagherifard et al., 2013). چراکه کارآفرینان گردشگری علاوه بر منافع اقتصادی، می‌توانند منافع اجتماعی را برای مردم محلی به ارمغان آورند و به افزایش قدرت رقابتی یک مقصد گردشگری کمک کنند (Li et al., 2020). اگرچه کارآفرینان تجاری گردشگری می‌توانند یارای خوبی جهت توسعه مناطق روستایی باشند، اما این نوع از کارآفرینان، به دلایلی همچون، مشکلات عدیده روستاها، ریسک بسیار بالای سرمایه‌گذاری و ترس از شکست و... آن‌چنان که باید، مایل به فعالیت در روستاهای محروم نیستند و این موضوع، خلأ وجود یک نیروی محرکه با انگیزه‌های فراتر از انگیزه‌های صرفاً اقتصادی را برای شروع یک کسب‌وکار در محیط‌های روستایی نمایان می‌سازد. این خلأ، به‌وسیله کارآفرینان اجتماعی که با انگیزه‌های فراتر از انگیزه‌های اقتصادی و با اهداف اجتماعی فعالیت می‌کنند، قابل تکمیل است. اگرچه کارآفرینان، چه در کارآفرینی سنتی و چه در کارآفرینی اجتماعی در منابعی سرمایه‌گذاری می‌کنند که ارزش ایجاد می‌کند و ارزش‌های اجتماعی منجر به ایجاد مشاغل و احیای بخش‌های دارای شرایط نامساعد در جامعه می‌شود (Kuratko, 2005) و شکست‌های بازار را مهار می‌کنند که این مورد با اصول کارآفرینان سنتی هم‌سویی دارد (Kirnzer, 1973)، اما کارآفرینان اجتماعی در شکست‌های بازار تنها به بی‌تعادل‌های قیمتی یا ناتوانی برخی افراد، برای دسترسی به کالاها و خدمات مشخص بسنده نمی‌کنند، بلکه شکست‌های بازار را در رابطه با رویه‌ها و کالاهای عمومی و عدالت توزیعی هدف می‌گیرند (Salehi,

اقتصادی از طریق نقش میانجی گردشگری روستایی است.

۲ ادبیات پژوهش

۱.۲. مفهوم و تعاریف گردشگری روستایی

گردشگری روستایی یکی از شاخه‌های صنعت گردشگری است که با توجه به ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی موجود در روستاها می‌تواند نقش مهمی در «تجدید حیات روستاها»، «ایجاد اشتغال و درآمد برای روستاییان»، «حفاظت از میراث طبیعی، تاریخی و فرهنگی» و در نهایت «توسعه یکپارچه و پایدار روستایی» داشته باشد (Rezvani, 2007).

۲.۲. تعریف کارآفرینی اجتماعی

زهرا و همکاران (۲۰۰۸) بعد از ترکیب ۲۰ تعریف مختلف از کارآفرینی اجتماعی، آن را این گونه تعریف نمودند: «فعالیت‌ها و فرآیندهایی که متعهد به کشف، تعریف و بهره‌برداری از فرصت‌ها به منظور ارتقای ارزش‌های اجتماعی است و با اقدام‌های جدید و مدیریت سازمان‌های موجود به شیوه نوآورانه انجام می‌شود. کارآفرینی اجتماعی می‌تواند شامل دنبال کردن اهداف اجتماعی در جریان فعالیت‌های تجاری مانند تأسیس صندوق‌های اعتباری خرد و یا یافتن راه‌حلی نو برای پاسخ‌گویی به معضله‌های اجتماعی باشد (Zahra et al., 2009).

۳.۲. توسعه اقتصادی

توسعه اقتصادی عبارت است از کاربرد منابع تولیدی به نحوی که موجب رشد بالقوه مداوم درآمد سرانه در یک جامعه بشود. افزایش تحرک در تولید و توزیع، ایجاد مشاغل و خدمات گوناگون و کمک به سرعت گردش پول را توسعه اقتصادی گویند. لذا در محاسبات اقتصادی گردشگری به دو ضریب یا ضرایب فزاینده اشاره می‌شود: ضریب افزایش

(2010). برای کارآفرینان اجتماعی، ثروت، تنها یک وسیله برای رسیدن به هدف است. بنابراین فرآیند کارآفرینی اجتماعی ممکن است با کارآفرینی سنتی یا کارآفرینی تجاری در نتایج (توسعه اقتصادی و...) شباهت داشته باشد، اما هدف و انگیزه متفاوت است. برخی از نظریه‌پردازان این طور بیان می‌کنند که اگرچه ممکن است برای کارآفرینان اجتماعی نیز به مانند کارآفرینان تجاری، منافع اقتصادی و فردی دارای اهمیت باشد، اما اولویت کارآفرینان اجتماعی دستیابی به منافع عمومی، اجتماعی و در گام‌های بعد منافع اقتصادی است. این مهم، در روستاهای دارای پتانسیل و بستر بسیار عالی در گردشگری، ولی در عین حال درگیر با مسائل و معضلات اجتماعی فراوان و ریسک سرمایه‌گذاری بالا، بسیار مهم می‌نماید. استان خراسان شمالی، با بیش از ۲۸۰۰۰ کیلومترمربع وسعت در شمال شرق ایران واقع شده و با بهره‌مندی از ۵ فرهنگ مختلف فارس، ترک، کرد، ترکمن و تات، پتانسیل بسیار بالایی در گردشگری روستایی، در اکثر روستاهای این استان مشاهده می‌شود. اما در حال حاضر، روستاهای این استان نه تنها از ظرفیت‌های موجود به خوبی استفاده نکرده‌اند، بلکه آمار معضلات اجتماعی نظیر بیکاری و همچنین معضلات اجتماعی دارای ریشه‌های اقتصادی، مانند فقر، مهاجرت به شهرها، طلاق، افسردگی، خودکشی نیز بسیار نگران‌کننده است. از آنجایی که کارآفرینان اجتماعی با تمرکز بر ارزش‌های اجتماع، منجر به ایجاد مشاغل و احیای بخش‌های دارای شرایط نامساعد و در نهایت توسعه اقتصادی در جامعه می‌شود (Kuracto, 2005). این تحقیق در پی پاسخ به این سؤال است که نقش واسط گردشگری روستایی در تأثیر کارآفرینی اجتماعی بر توسعه اقتصادی در استان خراسان شمالی چگونه است؟ اهداف تحقیق حاضر شامل: تعیین تأثیر کارآفرینی اجتماعی بر گردشگری روستایی، تعیین تأثیر کارآفرینی اجتماعی بر توسعه اقتصادی، تعیین تأثیر گردشگری روستایی بر توسعه اقتصادی، تعیین تأثیر کارآفرینی اجتماعی بر توسعه



(2017) و بهبود روحیه کارآفرینی در دیگر شاخه‌ها را نیز سرعت می‌بخشد.

۵.۲. گردشگری روستایی و توسعه اقتصادی

صنعت گردشگری یکی از ارکان و محرک‌های اقتصادی بسیاری از مناطق است که نقش مهمی در اشتغال، درآمد و حفاظت زیر ساخت‌ها و خدمات عمومی بر عهده دارد (Parvin et al., 2018). آثار اقتصادی گردشگری چندگانه است و مهم‌ترین اثر آن، اشتغال و درآمد است. نتایج تحقیقات متعدد، مؤید این است که گردشگری به کاهش بیکاری و درآمد منتهی می‌گردد (Saber et al., 2017). لذا گردشگری روستایی می‌تواند، با توجه به گوناگونی و مزیت‌های نسبی موجود در آن به عنوان یکی از عرصه‌های تنوع‌بخشی به اقتصاد روستایی مد نظر قرار گیرد (Bozarjahromi et al., 2016). رشد اقتصادی به عنوان یکی از شناخته‌ترین آثار مثبت گردشگری در سکونت‌گاه‌های روستایی بوده که از طریق تنوع اشتغال موجب افزایش درآمد و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی ذی‌نفعان محلی می‌شود (Butler, 2016:2). گردشگری به‌خصوص در زمانی که سود فعالیت‌های دیگر بخش‌های اقتصادی در حال کاهش باشد، جایگزین مناسبی برای آن‌ها و راهبردی برای توسعه است. بر این مبنا دلیل اصلی توسعه گردشگری غلبه بر پایین بودن سطح درآمد و ارائه فرصت‌های جدید شغلی و تحولات اجتماعی در جامعه کوچک محلی است (Oppermann, 1996:85). گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی جایگزین در یک اقتصاد تک محصولی می‌تواند، روند توسعه را با تنوع بخشی به اقتصاد ملی تسریع نماید. هر جا که معضلات اجتماعی همچون بیکاری شدید، نیروی کار نسبتاً غیر ماهر و منابع جانشین‌شونده بسیار محدود برای اشتغال وجود دارد، فعالیت‌های گردشگری می‌تواند مناسب‌ترین اقدام باشد (Li, 2008:70).

درآمد و ضریب افزایش اشتغال. ضریب افزایش درآمد در گردشگری سبب افزایش ثروت و ضریب افزایش اشتغال موجب ایجاد اشتغال جدید از طریق گردشگری می‌شود (Pooriya, 2007: 74).

۴.۲. کارآفرینی اجتماعی و گردشگری روستایی

بخش گردشگری با توجه به فعالیت‌های گسترده منطقه‌ای، جهانی و نیز رشد سریع بازار بین‌المللی، نیازمند تلاش‌های کارآفرینانه زیادی است (Eftekhari et al., 2015)؛ چراکه کارآفرینان گردشگری برقرارکننده تعادل هستند، یعنی از یک طرف تماس مستقیم و نزدیک با جوامع محلی و آداب و سنن در منطقه گردشگری برقرار می‌کنند و از طرف دیگر ممکن است منابع محلی با کیفیت بالا را به کالا و خدمات گردشگری تبدیل کنند (Mirvahedi and Esfandiari, 2016:79). با توجه به آنکه در گونه‌های مختلف گردشگری، منابع مختلفی برای ارائه در نظر گرفته می‌شود، تنوع بسیار زیادی نیز در کارآفرینی گردشگری وجود دارد (Hashmi et al., 2018). فعالیت‌های متنوع کارآفرینانه همچون، در برخی شاخه‌های گردشگری مانند گردشگری روستایی، به دلیل عدم دسترسی کافی و همه‌جانبه به نیروی انسانی متخصص ضرورت بیشتری یافته و محرز است (Sheikhi et al., 2013). در بین انواع کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی با به‌کارگیری نیروی کار متنوع و خاص و کم‌توان، زمینه را برای مشارکت فعالانه جامعه محلی در فرآیند توسعه پایدار گردشگری فراهم نموده (Burgoz and Mertens, 2017) و در واقع کارآفرینی اجتماعی موجب گشته آن‌ها تمایل بیشتری به مشارکت با بخش دولتی و خصوصی برای ارتقای کیفیت خدمات گردشگری داشته باشند (Jorgensen and Toning, 2017) همچنین کارآفرینی اجتماعی با تأثیر بر عواملی همچون مشارکت جامعه محلی، کارگروهی، تقویت اعتمادبه-نفس، بهرمندی از خلاقیت و مهارت (Strzelka,)

۶٫۲. کارآفرینی اجتماعی و توسعه اقتصادی

تحولات علمی و اجرایی در دهه‌های اخیر و مطالعات موردی نشان دادند کارآفرینان اجتماعی، علاوه بر خلق ارزش اجتماعی، قادرند سود ایجاد کنند (Eftekhari et al., 2015). لذا موفقیت در کسب و کارهای اجتماعی، از طریق میزان سرمایه توزیع شده و طیف افراد و گروهایی که از عملکرد اقتصادی آن نیز منتفع می‌شوند، ارزیابی می‌شود (Ridley-Duff, 2008). در واقع کارآفرینی اجتماعی با تمرکز بر ارزش‌های اجتماعی، منجر به ایجاد مشاغل و احیای بخش‌های دارای شرایط نامساعد و در نهایت توسعه اقتصادی در جامعه می‌شود (Kuracto, 2005).

۷٫۲. پیشینه تحقیقات ایرانی

مرجانی و صدری (۱۳۹۳) تحقیقی را با عنوان توسعه کارآفرینی اجتماعی؛ آسیب‌ها، عوامل مؤثر و راهکارها انجام دادند و این طور نتیجه‌گیری کردند که توجه به مقوله کارآفرینی اجتماعی می‌تواند تا حد زیادی آسیب‌های اجتماعی را تحت‌الشعاع قرار داده و آن‌ها را کاهش دهد. بوزرجمهری و همکاران (۱۳۹۳) تحقیقی را با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در تقویت جوامع روستایی در راستای توسعه پایدار انجام دادند. نتایج نشان داد که کارآفرینی از یک سو، سبب افزایش تولیدات کشاورزی، نوسازی جامعه روستایی، افزایش اشتغال‌زایی در بخش کشاورزی و تأمین امکانات اولیه شده و از سوی دیگر، زمینه را برای سرمایه‌گذاری مؤسسات مالی در جهت ارتقا و بهبود کیفیت زندگی روستائیان را ایجاد نموده است. سنجاسی قیداری و همکاران (۱۳۹۴) تحقیقی را با عنوان سنجش و اولویت‌بندی راهبردهای توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی انجام دادند. نتایج نشان‌دهنده این بود که راهبرد ارائه منابع و تسهیلات مالی و اعتباری کم‌بهره به روستائیان برای راه‌اندازی کسب‌وکارهایی در حوزه گردشگری روستایی دارای بالاترین اولویت به لحاظ برنامه‌ریزی برای توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در منطقه می‌باشد. فیروزآبادی و دباغی (۱۳۹۴)

تحقیقی را با عنوان نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه محلی انجام دادند. محققان نتیجه‌گیری کرده‌اند که کارآفرینی اجتماعی موجب بازتوزیع منابع، درآمد و خدمات میان گروه‌های حاشیه‌ای و طردشده مانند زنان، معلولان، سالمندان، مهاجران و ... می‌شود تا توازن به بستر اجتماع محلی بازگردد. جاجرمی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان ارائه الگوی توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در استان فارس، نشان دادند که عوامل مؤثر بر ارتقای کارآفرینی گردشگری به ترتیب از پایین‌ترین سطح یعنی از عامل صنعتی، شامل عوامل سیاسی-قانونی، نهادی-سازمانی، اقتصادی، زیرساختی، مدیریتی، شخصیتی، اجتماعی، امنیتی، زیست‌محیطی و در نهایت فرهنگی می‌باشند. احسانی و همکاران (۱۳۹۶) تحقیقی را با عنوان شناسایی ابعاد کارآفرینی اجتماعی در ورزش انجام دادند. با توجه به ابعاد کارآفرینی اجتماعی از جمله نتایج و فرصت‌های توسط ورزشکاران، فعالیت‌های داوطلبانه در ورزش و فعالیت‌های خیریه شناسایی شد. نعمیمی و همکاران (۱۳۹۷) نشان دادند که پایداری محیط زیستی گردشگری اثر میانجی بر رابطه بین سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی روستائیان مورد مطالعه دارد. وجود سرمایه اجتماعی نیز برای برنامه‌های توسعه‌ای مانند کارآفرینی اجتماعی، توفیق‌آفرین است. رازقی مله و ابراهیمی (۱۳۹۷) در بررسی خود نشان دادند که با افزایش میزان سرمایه اجتماعی، میانگین توسعه پایدار گردشگری نیز افزایش می‌یابد. فیروزآبادی و همکاران (۱۳۹۷) تحقیقی را با عنوان تعاونی‌های زنان روستایی، پتانسیلی برای کارآفرینی اجتماعی (مطالعه موردی: شهرستان پاکدشت) انجام دادند. محققان این طور نتیجه‌گیری نمودند که مسأله اجتماعی در این تعاونی، در سطح یک، اشتغال‌زایی برای کارآفرین و در سطح دو، حل مسائل اقتصادی اجتماع محلی، توان‌افزایی گروه‌هایی که فاقد درآمدند، برخورداری از رویکرد منفعت‌رسانی به زنان روستایی سرپرست خانوار و عضوگیری از زنان بدسرپرست و



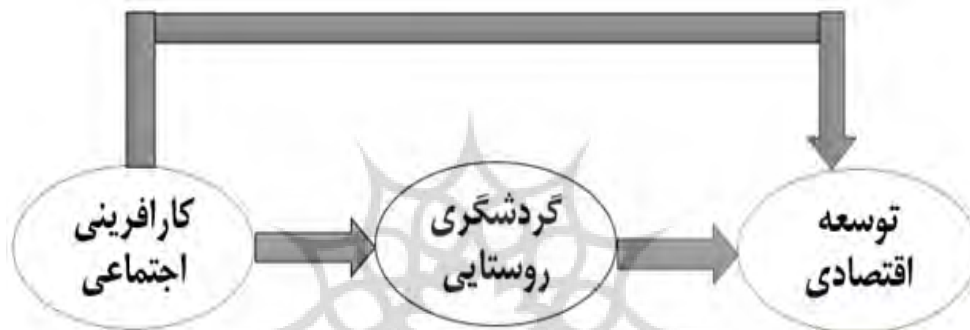
۸.۲. پیشینه تحقیقات خارجی

تانگ در تحقیق خود به تأثیرگذاری عوامل اجتماعی مانند کسب‌وکارهای اجتماعی و سرمایه اجتماعی بر رشد و توسعه گردشگری و همچنین برعکس آن اشاره کرده است (Tang, 2011). ژائو و همکاران (۲۰۱۱) با بررسی نقش مسائل اجتماعی در کارآفرینی گردشگری، در جامعه روستایی، بر اهمیت آن در توانایی و احتمال فرد به تأسیس کسب‌وکار در گردشگری صحنه گذاردند. بلز و بایندر (۲۰۱۵)، با تمرکز بر کارآفرینی پایدار معتقدند که کارآفرینی پایدار به دنبال اهداف سه‌گانه اقتصادی و اجتماعی و زیست‌محیطی است. ختی و ادا (۲۰۱۴)، پژوهش «کارآفرینی اجتماعی رویکردی به سوی توسعه محلی» را در نپال انجام داده است. در نتایج این مطالعه تأکید شده است که کارآفرینان اجتماعی در توسعه محلی، نقش معناداری ایفا کرده و می‌توانند در نپال به عنوان منبعی برای دولت شناخته شوند و سیستم‌های حمایتی مورد نیاز را برای تشویق کارآفرینان اجتماع محلی توسعه دهد. ینگ زهو، (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «توسعه اجتماعات محلی و نقش کارآفرینان اجتماعی» به مطالعه موردی کارآفرینان اجتماعی در اجتماعات روستایی چین پرداخت. این مطالعه نشان داد که ویژگی‌های کارآفرینان اجتماعی در روستاهای چین آثار مثبتی در توسعه کشور داشته، طوری که می‌توان از آن به عنوان مرحله‌ای انتقالی که شامل ترکیبی از سیستم‌های اقتصادی و مالکیتی است، به عنوان فرصتی بالقوه از آن استفاده کرد. نانکو (۲۰۱۷) نتیجه گرفت که گردشگری در بهبود ارتباطات صادقانه و بهبود برخی از شاخص‌ها در جامعه میزبان مؤثر بوده است. این شاخص‌ها از اثرات توسعه کارآفرینی اجتماعی نیز می‌باشد. انجل و همکاران (۲۰۱۷)، درباره شبکه‌های کارآفرینی تحت شرایط عدم قطعیت نتیجه‌گیری نمودند که کارآفرینان، توانایی تصمیم‌گیری و عملکرد تحت شرایطی که ارتباطات نامشخص، نتایج غیرقابل پیش‌بینی و تعاملات اجتماعی منجر به ظهور اهداف جدید می‌شود، را

خودسرپرست بوده است. رضائی مقدم و معصومی (۱۳۹۷) تحقیقی را با عنوان کارآفرینی روستایی پایدار: پاسخی به پیامدهای توسعه بی‌حد و مرز کارآفرینی در نواحی روستایی انجام دادند. نتایج نشان داد که پیامدها در سه گروه اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی قابل دسته‌بندی هستند. این ابعاد در مفاهیم کارآفرینی و پایداری می‌توانند پیامدهای توسعه کارآفرینی روستایی را پوشش داده و مفهوم جدید کارآفرینی روستایی پایدار را معرفی کنند. شکوهی و همکاران (۱۳۹۷) تحقیقی را با عنوان شناسایی و اولویت‌بندی استراتژی‌های توسعه کارآفرینی اجتماعی در حوزه زنان سرپرست خانوار انجام دادند. یافته‌ها نشان می‌دهد عوامل سیاستی، نهادی و قانونی از دید خبرگان در رتبه نخست عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان سرپرست خانوار است. هندجانی فرد و حجازی (۱۳۹۸) تحقیقی را با عنوان شناسایی عوامل تأثیرگذار در قصد کارآفرینان اجتماعی در بستر اسلامی انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که عوامل فردی و عوامل محیطی (مانند نگرش مثبت افراد جامعه به کارآفرینی اجتماعی، معضلات اجتماعی در جامعه و عوامل قانونی شامل منافع مالیاتی و سهولت راه‌اندازی)، از عوامل تأثیرگذار در قصد کارآفرینان اجتماعی هستند. زارع و صفری دشتکی (۱۳۹۸) تحقیقی را با عنوان طراحی و تبیین مدل پارادایمی کارآفرینی اجتماعی با رویکرد توانمندسازی زنان سرپرست خانوار انجام دادند. نتایج نشان داد سیاست‌های توانمندساز به‌منزله، پدیده محوری و در تعامل با عوامل دیگر، موجب شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی می‌شود. در نهایت جلیلی‌اصل و همکاران (۱۴۰۰) تحقیقی با عنوان، اولویت‌بندی معیارها و شاخص‌های زیست‌محیطی، اقتصادی، اجتماعی و فنی بوم‌گردی روستایی انجام دادند. نتایج نشان داد که چهار معیار شناسایی‌شده در این تحقیق، بر توسعه بوم‌گردی روستایی، تأثیرگذار بوده و بوم‌گردی نیز به سبب جذب گردشگران داخلی و خارجی، می‌تواند در توسعه اجتماعی و اقتصادی تأثیر مثبت داشته باشد.

توسعه اقتصادی" در سال (۲۰۲۲) انجام داده و نقش محوری کارآفرینی اجتماعی در توسعه اقتصادی در دو دهه اخیر را بررسی نمودند. یافته‌ها تحقیق نشان‌دهنده، اهمیت بررسی ارتباط کارآفرینی اجتماعی و توسعه اقتصادی در کشورهای مختلف بوده و نیز نشان داد که در زمینه موضوع تحقیق، رشد ثابت کلی طی ۱۶ سال گذشته، حول موضوعات کارآفرینی اجتماعی و سرمایه‌گذاری، نوآوری و توسعه اقتصادی دیده شده است.

دارند. در تحقیق برندا بونابانا (۲۰۲۲) ارتباط کارآفرینی گردشگری جمعی زنان روستایی و تغییرات اجتماعی در جنوب غربی اوگاندا بررسی شد و نتیجه‌گیری نشان داد، کارآفرینی گردشگری زنان روستایی، اثرات مثبتی از نظر استقلال اقتصادی، تنوع معیشت، کاهش مشقت‌آمیز و کسب مهارت‌هایی داشته و توانایی‌ها و رفاه آن‌ها را افزایش داده است. در نهایت مهم‌ترین پژوهش در زمینه تحقیق حاضر، تحلیل کتاب‌سنجی بود که شبیر احمد و اشتیق باجوا با عنوان "کارآفرینی اجتماعی و



شکل شماره یک- مدل مفهوی تحقیق

خود همچنان یک روش تجزیه و تحلیل قابل اعتماد برای پژوهش‌هایی با الگوی علی است، حرکت می‌دهد (Burns & Becker, 2022) معادلات ساختاری، رویکرد آماری جامع، برای آزمون فرضیه‌های مربوط به روابط متغیرهای مشاهده‌پذیر و مکنون است و مشخص می‌کند، مدل نظری ارائه شده توسط پژوهشگر تا چه حد به وسیله داده‌ها پشتیبانی می‌شود (Momini et al., 1392:32). در این تحقیق با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS 16 و Lisrel 8.5 از روش‌های مختلف آمار توصیفی و استنباطی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و رد و تأیید فرضیات استفاده شده است. در بخش اول برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری از روش تحلیل عاملی تأییدی و در بخش دوم به منظور بررسی مدل ساختاری و معنی‌داری روابط بین متغیرها از روش تحلیل مسیر بهره گرفته شد. در تحلیل عاملی

بر همین اساس فرضیه‌های مطرح شده عبارت‌اند از:
۱- کارآفرینی اجتماعی بر گردشگری روستایی تأثیرگذار است. ۲- کارآفرینی اجتماعی بر توسعه اقتصادی تأثیرگذار است. ۳- گردشگری روستایی بر توسعه اقتصادی تأثیرگذار است. ۴- کارآفرینی اجتماعی با اثرگذاری بر گردشگری روستایی، در توسعه اقتصادی تأثیرگذار است.

۳ روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر، از نظر هدف، کاربردی و براساس نوع روش تحقیق توصیفی و از لحاظ روش گردآوری داده‌ها از نوع پیمایشی است. استراتژی یا طرح پژوهشی حاضر، محققان را به استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری به عنوان یک روش مبتنی بر رگرسیون که با تمام محدودیت‌های (Tarka, 2018)



شدت اثر غیر مستقیم متغیر میانجی، از آمارهای به نام واف استفاده شده است. از آنجایی که هدف این تحقیق، تعیین تأثیر کارآفرینی اجتماعی از طریق گردشگری روستایی در توسعه اقتصادی است، واحد تحلیل روستاهای خراسان شمالی می‌باشند. از این رو، انتخاب جامعه آماری، بایستی از میان روستاهایی با بستر و شرایط مطلوب گردشگری صورت می‌گرفت، لذا روستاهای هدف گردشگری، در استان خراسان شمالی، مد نظر قرار گرفتند. افزون بر این، جهت توزیع فضایی یکسان جامعه آماری و همچنین توانایی بسط دادن نتایج تحقیق به سراسر استان، دو روستای مقصد گردشگری، با جمعیت بالای ۱۰۰۰ نفر و با تفاوت در قومیت و فرهنگ، همراه با جاذبه‌های ویژه و پتانسیل‌های بسیار بالا نیز، به عنوان جامعه آماری انتخاب گردیدند.

تأییدی، پژوهشگر از دانش خود در زمینه تئوری، پژوهش تجربی و یا هر دو استفاده می‌کند و الگوی روابط بین متغیرهای پنهان و متغیرهای آشکار را فرضیه‌بندی می‌کند و سپس با استفاده از تحلیل‌های آماری آن‌ها را آزمون می‌کند (همان، ۴۶). در تحلیل مسیر روابط بین متغیرها در یک جهت جریان می‌یابند و مسیرهای متمایز در نظر گرفته می‌شوند. مفاهیم تحلیل مسیر در بهترین حالت از طریق ویژگی عمده آن، یعنی نمودار مسیر که پیوندهای علی احتمالی بین متغیرها را آشکار می‌سازد، تبیین می‌شوند. در این تحقیق برای بررسی نقش متغیر گردشگری روستایی از یک آزمون پرکاربرد به نام آزمون سوبل استفاده شده است که برای معناداری تأثیر یک متغیر میانجی در رابطه بین دو متغیر دیگر به کار می‌رود. همچنین برای تعیین

جدول شماره یک- روستاهای منتخب تحقیق

ردیف	شهرستان	روستا	روستای هدف گردشگری است؟	جهت پوشش‌دهی کل ها انتخاب شهرستان شده است؟	های تعداد فعالین در حوزه (کارآفرینی اجتماعی، روستایی و گردشگری) در روستای منتخب
۱	بجنورد (مرکز استان)	اسفیدان	بلی		۴
۲	شیروان	زوارم	بلی		۴
		گلیان	بلی		۳
۳	اسفراین	روئین	بلی		۱۰
۴	گرمه	دشت	بلی		۶
۵	فاروج	خسرویه	بلی		۴
		استاد	بلی		۴
۶	مانه و سملقان	درکش	بلی		۱۳
۷	جاجرم	شوقان		بلی	۵
۸	راز و جرگلان	یکه سعود		بلی	۹

روستا (جدول ۱)، همچنین کارمندان ادارات مرتبط، خبرگان و اساتید دانشگاهی استان خراسان شمالی در زمینه‌های کارآفرینی و گردشگری می‌باشند. با توجه به محدود بودن جامعه آماری فوق، در این

قلمرو مکانی این تحقیق، استان خراسان شمالی و جامعه آماری آن، کارآفرینان گردشگری فعال در ده روستای منتخب، کارآفرینان اجتماعی فعال در ده روستای منتخب، کارآفرینان روستایی در این ده

دارای مدرک دکتری در رشته گردشگری و جغرافیای توریست دانشگاه‌های خراسان شمالی، ۴ نفر از مدیران و معاونین اداره کار، رفاه و تأمین اجتماعی، ۲ نفر از اساتید دارای مدرک دکتری در رشته اقتصاد، ۴ نفر از کارمندان اداره کل امور روستایی و شوراهای استان با حداقل تجربه کاری ده سال) بودند. از آن-جایی که پژوهش حاضر از نوع پیمایشی می‌باشد، برای گردآوری داده‌های اولیه از پرسش‌نامه‌های ۳ رتبه‌ای لیکرت توأم با مصاحبه، استفاده شده است. این پرسش‌نامه با تکیه بر داده‌های کتاب-خانه‌ای، مطالعات مختلف، تجربیات موفق و نظرات خبرگان، به وسیله محققین طراحی و سپس بومی-سازی شد.

تحقیق از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد و تمام جامعه آماری مذکور، به صورت تمام‌شماری به عنوان نمونه، به صورت زیر بررسی گردید. حجم نمونه آماری در بخش کارآفرینان و فعالین اجتماعی روستایی هدف و مقصد گردشگری استان، دارای جمعیت ۶۲ نفری متشکل از (کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارهای اجتماعی در روستاهای منتخب، کارآفرینان روستایی در روستاهای منتخب، کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارهای گردشگری در روستاهای منتخب) می‌باشند. جامعه آماری در بخش خبرگان و متخصصین و مسؤولین نیز ۱۸ نفر و شامل (۳ نفر از مدیران و معاونین اداره کل میراث فرهنگی استان خراسان شمالی، ۵ نفر از اساتید

جدول شماره دو- ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

متغیر	تعداد سوالات	ضریب آلفای کرونباخ
کارآفرینی اجتماعی	۱۵	۰/۷۷
گردشگری روستایی	۱۴	۰/۹۱
توسعه اقتصادی	۱۵	۰/۹۴

۲۸۴۳۴ کیلومتر مربع و جمعیت آن ۸۶۳۰۹۲ نفر می‌باشد. استان خراسان شمالی از ۸ شهرستان: بجنورد (مرکز استان)، شیروان، اسفراین، مانه و سملقان، راز و جرگلان، جاجرم، فاروج و گرمه تشکیل شده است. همچنین این استان از ۱۶ شهر و ۱۶ بخش، ۴۰ دهستان، ۸۶۲ روستای دارای سکنه ۸ روستای هدف تشکیل شده است.

استان خراسان شمالی به مرکزیت شهر بجنورد در شمال شرق ایران قرار دارد. بزرگ‌ترین و پرجمعیت‌ترین شهر استان نیز، بجنورد است. اکثریت مردم خراسان شمالی شیعه هستند که شامل ترک‌ها، تات‌ها، فارس‌ها و کرمانج‌ها استان می‌باشند، اگرچه اقلیتی از اهل سنت (عموماً ترکمن) نیز در استان ساکن هستند. مساحت این استان



شکل شماره دو- نقشه منطقه مطالعاتی

ابتدا ویژگی‌های جمعیت‌شناختی اعضای نمونه آماری در جدول ۳ بیان شده است.

۴ یافته‌ها و بحث

در این قسمت از پژوهش یافته‌های توصیفی و استنباطی پژوهش بیان شده است. به این منظور،

جدول شماره سه- توزیع فراوانی نمونه‌های مورد بررسی بر حسب ویژگی‌های عمومی

ویژگی	شاخص	فراوانی	درصد	ویژگی	شاخص	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۲۲	۲۷,۵	سطح تحصیلات	فوق دیپلم	۱۹	۲۳,۷
	مرد	۵۸	۷۲,۵		لیسانس	۲۲	۴۰
	جمع	۸۰	۱۰۰		فوق لیسانس و بالاتر	۲۹	۳۶,۳
					جمع	۸۰	۱۰۰
سن	۲۵-۳۴ سال	۱۴	۱۷,۵	سابقه فعالیت در حوزه کارآفرینی و گردشگری	کمتر از ۹ سال	۳۹	۴۸,۷
	۳۵-۴۴ سال	۲۶	۳۲,۵		۱۰ تا ۱۹ سال	۳۴	۴۲,۵
	۴۵-۵۵ سال	۳۱	۳۸,۷		۲۰ سال و بیشتر	۷	۸,۸
	۵۵ به بالا	۹	۱۱,۳		جمع	۸۰	۱۰۰
	جمع	۸۰	۱۰۰				

منبع: نتایج حاصل از پرسش‌نامه، ۱۴۰۰

جدول شماره چهار- توزیع فراوانی و درصد معتبر تأثیر متغیر کارآفرینی اجتماعی در متغیر گردشگری روستایی

رتبه کل	میانگین وزنی	کل	زیاد	متوسط	کم	نماگر
۴	۶۸.۲	۷۹	۵۹	۱۵	۵	فراوانی امکان دستیابی به فرصت‌های شغلی در بخش گردشگری
		۱۰۰	۶.۷۴	۹.۱۸	۵.۶	درصد
۷	۶۵.۲	۷۹	۶۱	۹	۹	فراوانی کمک به توسعه و بهبود کارآفرینی گردشگری
		۱۰۰	۲.۷۷	۴.۱۱	۴.۱۱	درصد
۵	۶۷.۲	۸۰	۶۱	۱۲	۷	فراوانی فراهم آمدن امکانات اشتغال برای بیکاران فصلی
		۱۰۰	۲.۷۶	۱۵	۸.۸	درصد
۹	۶۲.۲	۸۰	۵۹	۱۲	۹	فراوانی جذب نیروهای مازاد سایر بخش‌ها برای گردشگری روستایی
		۱۰۰	۷.۷۳	۱۵	۳.۱۱	درصد
۳	۷۰.۲	۸۰	۶۳	۱۰	۷	فراوانی افزایش اشتغال موقت، پاره‌وقت و فصلی
		۱۰۰	۸.۷۸	۵.۱۲	۷.۸	درصد
۱۲	۵۷.۲	۷۷	۵۱	۱۹	۷	فراوانی توانمندسازی و ارتقای نیروی کار گردشگری به طور غیرمستقیم
		۱۰۰	۲.۶۶	۶.۲۴	۱۱	درصد
۱۱	۵۸.۲	۷۸	۵۷	۱۱	۹	فراوانی گسترش و حمایت فعالیت‌های زنان در گردشگری
		۱۰۰	۷.۳	۲.۱۵	۸.۱۱	درصد
۱	۷۳.۲	۸۰	۶۲	۱۵	۳	فراوانی جلب توجه و افزایش سرمایه‌گذاری در گردشگری روستایی
		۱۰۰	۵.۷۷	۷.۱۸	۸.۳	درصد
۴	۶۸.۲	۸۰	۶۰	۱۵	۵	فراوانی افزایش سرمایه‌گذاری در زمینه تأسیسات مرتبط با گردشگری
		۱۰۰	۷.۵	۷.۱۸	۳.۶	درصد
۱۰	۶۱.۲	۸۰	۵۹	۱۱	۱۰	فراوانی افزایش سرمایه‌گذاری در زمینه خدمات آموزشی و اطلاع‌رسانی
		۱۰۰	۷.۷۳	۷.۱۳	۶.۱۲	درصد
۶	۶۶.۲	۸۰	۵۸	۱۷	۵	فراوانی افزایش سرمایه‌گذاری افراد بومی در گردشگری روستایی
		۱۰۰	۵.۷۲	۲.۲۱	۲.۶	درصد
۸	۶۴.۲	۷۹	۵۹	۱۲	۸	فراوانی جذب سرمایه‌های خارجی برای گردشگری روستایی
		۱۰۰	۶.۷۴	۱.۱۵	۳.۱۰	درصد
۲	۷۱.۲	۸۰	۶۳	۱۱	۶	فراوانی خودباوری و افزایش مشارکت روستاییان در مشاغل مختلف از جمله گردشگری
		۱۰۰	۷.۷۸	۷.۱۳	۶.۷	درصد
۲	۷۱.۲	۸۰	۶۰	۱۷	۳	فراوانی توجه به فرهنگ، توسعه صنایع فرهنگی و بومی
		۱۰۰	۷.۵	۲.۲۱	۸.۳	درصد
۳	۷۰.۲	۸۰	۶۱	۱۲	۹	فراوانی فراهم نمودن مشوق‌های مادی برای تحرک بخشی در گردشگری
		۱۰۰	۲.۷۶	۱۵	۸.۸	درصد

ماخذ: نتایج حاصل از پرسش‌نامه، ۱۴۰۰

جمله گردشگری با میانگین وزنی ۶۶.۲ از ۳ و همچنین گویه افزایش اشتغال موقت، پاره‌وقت و فصلی، با میانگین وزنی ۷۰.۲ از ۳ و کم‌ترین درصد حاصل در سطح زیاد با ۵۱ درصد مربوط به گویه توانمندسازی و ارتقای نیروی کار گردشگری به طور

با توجه به داده‌های جدول ۴، در مورد نقش کارآفرینی اجتماعی بر گردشگری روستایی، بیش‌ترین درصد نمونه آماری مربوط به سطح زیاد، با درصد ۷.۷۸ درصد مربوط به گویه خودباوری و افزایش مشارکت روستاییان در مشاغل مختلف از

گردشگری روستایی داشته‌اند. همچنین گویۀ توانمندسازی و ارتقای نیروی کار گردشگری به طور غیرمستقیم با میانگین وزنی ۵۷.۲ از ۳ کم‌ترین تأثیر را داشته است.

غیرمستقیم با میانگین وزنی ۵۷.۲ از ۳ بوده است. گویۀ جلب توجه و افزایش سرمایه‌گذاری در گردشگری روستایی با میانگین وزنی ۷۳.۲ از ۳ بیشترین نقش را در تأثیر کارآفرینی اجتماعی بر

جدول شماره پنج- توزیع فراوانی و درصد معتبر تأثیر متغیر کارآفرینی اجتماعی بر توسعه اقتصادی

رتبه	میانگین وزنی	کل	زیاد	متوسط	کم	نماگر
۱۳	۴۸.۲	۸۰	۴۹	۲۱	۱۰	فراوانی
		۱۰۰	۳.۶۱	۲.۲۶	۵.۱۲	درصد
بهبود و رونق کشاورزی و دامداری						
۱۰	۵۶.۲	۸۰	۵۶	۱۳	۱۱	فراوانی
		۱۰۰	۱.۷۰	۲.۱۶	۷.۱۳	درصد
افزایش فرصت‌های شغلی و جلوگیری از مهاجرت به دنبال یافتن شغل						
۵	۶۸.۲	۷۹	۵۹	۱۵	۵	فراوانی
		۱۰۰	۶.۷۴	۹.۱۸	۵.۶	درصد
افزایش قدرت خرید ساکنان بومی و محلی						
۴	۶۹.۲	۷۸	۵۸	۱۶	۴	فراوانی
		۱۰۰	۳.۷۴	۵.۲۰	۲.۵	درصد
بهبود بهره‌وری و درآمد روستایی						
۹	۵۷.۲	۸۰	۵۴	۱۸	۸	فراوانی
		۱۰۰	۵.۶۷	۵.۲۲	۱۰	درصد
بهبود سطح زندگی مردم						
۶	۶۰.۲	۷۹	۵۷	۱۳	۹	فراوانی
		۱۰۰	۱.۷۲	۴.۱۶	۵.۱۱	درصد
القای حس غرور و افزایش مشارکت اقتصادی روستاییان						
۳	۷۲.۲	۸۰	۶۵	۸	۷	فراوانی
		۱۰۰	۳.۸۱	۱۰	۷.۸	درصد
کاهش فقر و افزایش رفاه روستایی						
۱۲	۴۹.۲	۷۷	۵۰	۱۵	۱۲	فراوانی
		۱۰۰	۴.۷۱	۴.۱۹	۲.۹	درصد
افزایش سطح درآمد روستاییان و افزایش توانایی خانوارهایی						
۱۴	۴۷.۲	۸۰	۴۹	۲۰	۱۱	فراوانی
		۱۰۰	۳.۶۱	۲۵	۷.۱۳	درصد
کمک به ثبات درآمدهای روستاییان						
۸	۵۸.۲	۸۰	۵۵	۱۷	۸	فراوانی
		۱۰۰	۸.۶۷	۲.۲۱	۱۰	درصد
بهبود زیرساخت‌های روستایی						
۸	۵۸.۲	۸۰	۵۷	۱۳	۱۰	فراوانی
		۱۰۰	۳.۷۱	۲.۱۶	۵.۱۲	درصد
تقویت جایگاه روستا در اقتصاد منطقه‌ای و جذب سرمایه به روستا						
۱	۸۲.۲	۸۰	۶۹	۸	۳	فراوانی
		۱۰۰	۳.۸۶	۱۰	۷.۳	درصد
افزایش درآمد خانوارهای روستایی با به‌کارگیری نیروهای کاری با شرایط خاصی (اعتیاد، معلولین، بی‌سوادان و...)						
۷	۵۹.۲	۷۷	۵۶	۱۱	۱۰	فراوانی
		۱۰۰	۲.۷۲	۲.۱۴	۶.۱۳	درصد
حفاظت از فرهنگ بومی روستا						
۲	۸۱.۲	۸۰	۶۷	۱۱	۲	فراوانی
		۱۰۰	۸.۸۳	۷.۱۳	۵.۲	درصد
تمرکززدایی و امکان فرصت‌های شغلی برابر، برای تمام روستاییان						
۱۱	۵۵.۲	۷۹	۵۵	۱۳	۱۱	فراوانی
		۱۰۰	۶.۶۹	۴.۱۶	۱۴	درصد
توسعه و بهبود انواع کارآفرینی‌های دیگر در روستا						

ماخذ: نتایج حاصل از پرسش‌نامه، ۱۴۰۰

روستاییان، با میانگین وزنی ۴۷.۲ از ۳ بوده است. گویۀ افزایش درآمد خانوارهای روستایی با به‌کارگیری نیروهای کاری با شرایط خاصی (اعتیاد، معلولین، بی‌سوادان و...) با میانگین وزنی ۸۲.۲ از ۳ بیشترین نقش را در تأثیر کارآفرینی اجتماعی بر توسعه اقتصادی داشته‌اند. همچنین گویۀ کمک به ثبات درآمدهای روستاییان، با میانگین وزنی ۴۷.۲ از ۳ کم‌ترین تأثیر را داشته است.

با توجه به داده‌های جدول ۵، در مورد نقش کارآفرینی اجتماعی بر توسعه اقتصادی، بیش‌ترین درصد نمونه آماری مربوط به سطح زیاد، با درصد ۳.۸۶ درصد مربوط به گویۀ افزایش درآمد خانوارهای روستایی با به‌کارگیری نیروهای کاری با شرایط خاص (اعتیاد، معلولین، بی‌سوادان و...) با میانگین وزنی ۸۲.۲ و کم‌ترین درصد حاصل در سطح زیاد با ۳.۶۱ درصد مربوط به گویۀ کمک به ثبات درآمدهای

جدول شماره ۵-ش- توزیع فراوانی و درصد معتبر تأثیر متغیر گردشگری روستایی بر توسعه اقتصادی

رتبه	میانگین وزنی	کل	زیاد	متوسط	کم	نماگر
۱۰	۵۱.۲	۸۰	۵۴	۱۳	۱۳	فراوانی
		۱۰۰	۶.۶۷	۲.۱۶	۲.۱۶	درصد
توسعه و بهبود درآمدزایی از عناصر فرهنگی روستایی						
۴	۶۸.۲	۷۹	۶۱	۱۱	۷	فراوانی
		۱۰۰	۲.۷۷	۹.۱۳	۹.۸	درصد
افزایش مشارکت اقتصادی روستاییان						
۳	۷۰.۲	۷۹	۶۲	۱۱	۶	فراوانی
		۱۰۰	۴.۷۸	۹.۱۳	۷.۷	درصد
حفاظت فرهنگ بومی و افزایش توانایی جذب گردشگر فرهنگی						
۲	۷۶.۲	۸۰	۶۳	۱۵	۲	فراوانی
		۱۰۰	۵.۷۶	۲.۱۱	۳.۲	درصد
افزایش درآمد خانوارهای روستایی						
۱	۸۳.۲	۸۰	۶۹	۹	۲	فراوانی
		۱۰۰	۲.۸۶	۲.۱۱	۶.۲	درصد
استفاده بهینه و کارآمد از منابع محلی						
۱	۸۳.۲	۸۰	۵۷	۱۳	۱۰	فراوانی
		۱۰۰	۲.۷۱	۲.۱۶	۶.۱۲	درصد
استفاده مناسب از منابع بدون استفاده						
۶	۶۲.۲	۷۸	۵۸	۱۱	۹	فراوانی
		۱۰۰	۷۵	۱۴	۱۱	درصد
افزایش فروش و تولید صنایع دستی						
۲	۷۶.۲	۷۸	۶۶	۶	۶	فراوانی
		۱۰۰	۶.۸۴	۷.۷	۷.۷	درصد
ایجاد فرصت‌های شغلی جدید						
۱۱	۵۰.۲	۸۰	۵۲	۱۶	۱۲	فراوانی
		۱۰۰	۶۵	۲۰	۱۵	درصد
فروش بهتر محصولات کشاورزی و دامی						
۵	۶۵.۲	۷۸	۵۹	۱۱	۸	فراوانی
		۱۰۰	۶.۷۵	۲.۱۴	۲.۱۰	درصد
افزایش تنوع تولیدات روستایی						
۸	۵۴.۲	۷۹	۵۱	۲۰	۸	فراوانی
		۱۰۰	۵.۶۴	۳.۲۵	۲.۱۰	درصد
افزایش تسهیلات اقامتی						
۱۲	۴۵.۲	۸۰	۴۹	۱۸	۱۳	فراوانی
		۱۰۰	۲.۶۱	۷.۲۳	۱.۱۵	درصد
افزایش تسهیلات حمل و نقل						
۱۳	۴۳.۲	۸۰	۴۸	۱۹	۱۳	فراوانی
		۱۰۰	۶۰	۷.۲۳	۳.۱۶	درصد
توسعه و به‌سازی خدمات عمومی (بهداشت، مخابرات، امنیت و...)						
۷	۵۸.۲	۸۰	۵۵	۱۷	۸	فراوانی
		۱۰۰	۷.۶۸	۲.۲۱	۱۰	درصد
افزایش درآمدهای عمومی روستا مانند دهیاری و...						

ماخذ: نتایج حاصل از پرسش‌نامه، ۱۴۰۰

را در تأثیر گردشگری روستایی بر توسعه اقتصادی داشته‌اند. همچنین گویه توسعه و به‌سازی خدمات عمومی (بهداشت، مخابرات، امنیت و...) با میانگین وزنی ۴۳.۲ از ۳ کم‌ترین تأثیر را داشته است.

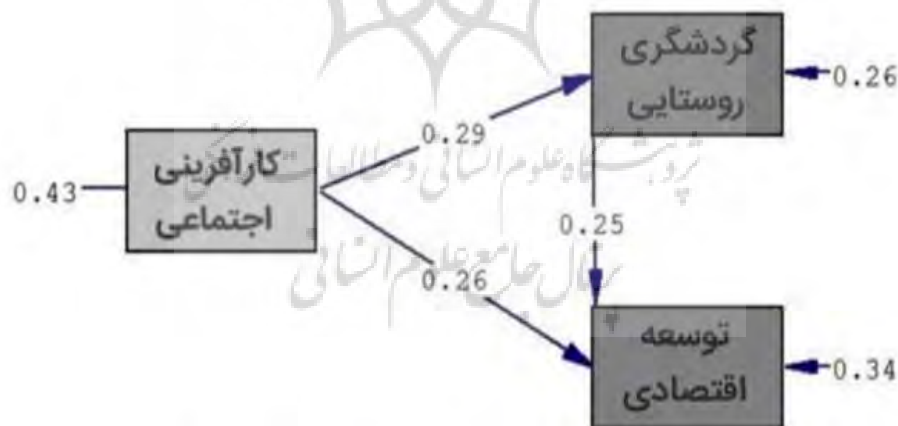
به منظور استفاده از نرم‌افزار LISREL باید توجه داشت که تحلیل مسیر در این نرم‌افزار شاخص‌های برازشی را تولید می‌کند. همان طور که در جدول ۷ آمده است، مقادیر حاصله در تحقیق حاضر نیز، شاخص‌های برازشی را تولید نموده است.

با توجه به داده‌های جدول ۶، در مورد نقش گردشگری روستایی بر توسعه اقتصادی، بیش‌ترین درصد نمونه آماری مربوط به سطح زیاد، با درصد ۲.۸۶ درصد مربوط به گویه استفاده بهینه و کارآمد از منابع محلی با میانگین وزنی ۸۳.۲ از ۳ و کم‌ترین درصد حاصل در سطح زیاد با ۴۸ درصد مربوط به گویه توسعه و به‌سازی خدمات عمومی (بهداشت، مخابرات، امنیت و...)، با میانگین وزنی ۴۳.۲ از ۳ بوده است. گویه‌های استفاده بهینه و کارآمد از منابع محلی و استفاده مناسب از منابع بدون استفاده با میانگین وزنی ۸۳.۲ از ۳ بیش‌ترین نقش

جدول شماره هفت- شاخص‌های برازندگی مدل مفهومی تحقیق

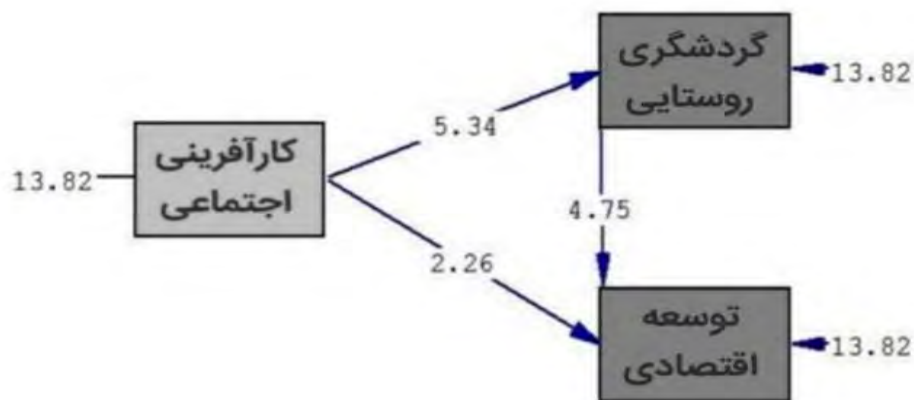
X2/df	RMSEA	RMR	GFI	CFI	NNFI	IFI
۲,۳۴	۰,۰۳۶	۰,۰۳۲	۰,۹۷	۰,۹۹	۰,۹۴	۰,۹۹

خروجی مدل آزمون شده تحقیق در حالت ضرایب استاندارد و معناداری در شکل ۲ و ۳ ارائه شده است.



Chi-Square= 7.29, df= 3, P-Value= 0.00002, RMSEA= 0.036

شکل شماره سه- مدل ساختاری تحقیق در حالت ضرایب استاندارد



Chi-Square= 7.29, df= 3, P-Value= 0.00002, RMSEA= 0.036

شکل شماره چهار- مدل ساختاری تحقیق در حالت ضرایب معناداری

فرضیه‌های ۳،۲،۱ بزرگ‌تر از ۱،۶۶ بوده است، از این رو فرضیه‌های مورد نظر مورد تأیید قرار می‌گیرند.

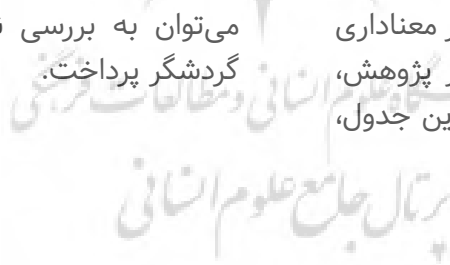
در این قسمت از پژوهش یافته‌های بررسی فرضیه‌های پژوهش بیان شده است. با توجه به جدول (۸) و به خاطر اینکه آماره تی (t) در

جدول شماره هشت- مسیرهای مستقیم متغیرهای فرضیات اصلی

نتیجه	ضریب مسیر (β)	آماره تی (t)	فرضیه‌های پژوهش
تایید	۰٫۲۹	۵٫۳۴	کارآفرینی اجتماعی ← گردشگری روستایی
تایید	۰٫۲۵	۴٫۷۵	گردشگری روستایی ← توسعه اقتصادی
تایید	۰٫۲۶	۲٫۲۶	کارآفرینی اجتماعی ← توسعه اقتصادی

می‌توان به بررسی نقش میانجی متغیر رضایت گردشگر پرداخت.

در جدول ۹ ضریب مسیر به همراه مقادیر معناداری (t)، برای بررسی آثار غیر مستقیم متغیر پژوهش، گزارش شده است. با استفاده از نتایج این جدول،





جدول شماره ۴- آثار مستقیم و غیر مستقیم

فرضیه چهارم					
آثار		متغیرها			
اثر کل	اثر غیرمستقیم	اثر مستقیم	متغیر وابسته	متغیر میانجی	متغیر مستقل
۲۷,۶۲	۲۵,۳۶	۲,۲۶	توسعه اقتصادی	گردشگری روستایی	کارآفرینی اجتماعی
۰,۳۳	۰,۰۷	۰,۲۶			

در این راستا ۴ فرضیه مورد آزمون قرار گرفت (جداول ۸ و ۹). در فرضیه اول، تأثیرگذاری کارآفرینی اجتماعی بر گردشگری روستایی مورد سنجش واقع شد. فرضیه اول این تحقیق، با ضرایب مسیر ۰,۲۹ و آماره t با مقدار ۵,۳۴ مورد تأیید قرار گرفت. این نتیجه با نتایج به دست آمده از تحقیق جلیلی اصل و همکاران (۱۴۰۰) که در تحقیق خود یکی از شاخص‌های تأثیرگذار بر بوم‌گردی روستایی را شاخص اجتماعی دانستند، هم‌سویی دارد. همچنین نتیجه حاصل، با تحقیق نعمی و همکاران (۱۳۹۷) که با هدف تحلیل اثر میانجی گردشگری بر رابطه بین سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی روستاییان صورت گرفت، در یک راستاست؛ چراکه سرمایه اجتماعی یکی از شاخص‌های کارآفرینی اجتماعی است. تحقیق رازقی مله و ابراهیمی (۱۳۹۷) که در بررسی خود نشان دادند با افزایش میزان سرمایه اجتماعی، میانگین توسعه پایدار گردشگری نیز افزایش می‌یابد، لذا با نتیجه حاصل در فرضیه اول تحقیق حاضر کاملاً هم‌سویی دارد. آزمون‌های ضریب مسیر و آماره t در مورد اثرات کارآفرینی اجتماعی بر توسعه اقتصادی روستایی، به ترتیب ارقام ۲/۲۶ و ۰,۲۶ را آشکار ساخت، که مؤید تأثیرگذاری کارآفرینی اجتماعی بر توسعه اقتصادی و لذا تأیید فرضیه دوم این تحقیق است. نتایج تحقیقات، جلیلی اصل و همکاران (۱۴۰۰)، فیروزآبادی و دباغی (۱۳۹۴)، بورقانی و همکاران (۱۳۹۳) و ختی واداد (۲۰۱۴) با نتیجه به-

نتایج حاصل از بررسی آثار غیر مستقیم و نقش میانجی متغیر گردشگری روستایی نیز، به صورت زیر است:

ضریب معناداری اثر غیر مستقیم میان کارآفرینی اجتماعی و توسعه اقتصادی، از طریق متغیر میانجی گردشگری روستایی، برابر با ۲۵,۳۶ است. بنابراین کارآفرینی اجتماعی، تأثیر معناداری روی توسعه اقتصادی دارد. در نتیجه متغیر گردشگری روستایی به عنوان متغیر میانجی در رابطه فوق ایفای نقش دارد. همچنین با در نظر گرفتن مقدار Z-value حاصل از آزمون سوبل که برابر ۲,۸۶۴ شد، می‌توان اظهار داشت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، بنابراین فرضیه چهارم تأیید می‌شود.

شدت اثر غیرمستقیم متغیر میانجی از طریق آماره‌ای به نام واف^۱، در فرمول زیر تعیین شد.

$$\text{واف} = \frac{0/29 \times 0/25}{(0/29 \times 0/25) + 0/26} = 0/21804$$

لذا این بدان معنی است که بیش از ۲۱ درصد اثر کل کارآفرینی اجتماعی بر توسعه اقتصادی از طریق غیر مستقیم توسط متغیر میانجی گردشگری روستایی تبیین می‌شود.

کارآفرینی اجتماعی، در روستاهای دارای پتانسیل گردشگری مانند روستاهای هدف و مقصد گردشگری، می‌تواند از طریق تأثیر مثبت بر ارتقای گردشگری روستایی، باعث توسعه اقتصادی گردد.

¹Variance Accounted For

۵ نتیجه‌گیری

امروزه گردشگری روستایی به عنوان یک فعالیت تفریحی-اجتماعی و اقتصادی محسوب شده و یکی از صنایع بزرگ می‌باشد که می‌تواند در راستای رسیدن به توسعه اقتصادی و اجتماعی مؤثر واقع شود. گردشگری روستایی می‌تواند بر پایین بودن سطح درآمد در روستاها نسبت به مناطق شهری غلبه کند و به عنوان یک فعالیت اقتصادی جایگزین، در اقتصاد تک‌محصولی، روند توسعه اقتصادی را با تنوع‌بخشی به اقتصاد تسریع سازد. هرچند که گردشگری روستایی می‌تواند آثار مثبت متعددی در روستاها داشته باشد، ولی به عنوان یک پدیده اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی وابسته، متأثر از زمینه‌ها، عوامل و مهارت‌های مختلفی مانند تسهیلات و حمایت‌های مالی، آموزش و فرهنگ سازی و... است. لذا آنچه امروزه شاهد آن هستیم، عدم توسعه درخور و شایسته صنعت گردشگری در اغلب روستاهای کشور است. این موضوع، حتی گاهی دامن‌گیر روستاهای هدف گردشگری نیز شده است. همان‌طور که امروزه بسیاری از روستاهای دارای پتانسیل‌های و ظرفیت‌های بالقوه گردشگری، درگیر مشکلات اجتماعی و اقتصادی بسیار فراوان نیز هستند. دلایل بسیاری در رخ دادن این مهم تأثیرگذار است. یکی از این دلایل، ترس از شکست، ریسک بازگشت سرمایه، سود ناچیز در کسب و کارهای روستایی و خصوصاً مناطق محروم است که مانعی بزرگ برای تمایل به حضور و فعالیت سرمایه‌گذاران خارجی در کسب و کارهای گردشگری و کارآفرینان گردشگری در روستاهاست. پایین بودن سطح آموزش و آگاهی جامعه محلی گردشگری برای چگونگی بهره‌مندی از منابع محلی، به رغم غنای طبیعی و فرهنگی، پایین بودن سطح دانش و تخصص در کنار نبود اعتمادبه‌نفس نیز، از علل اصلی عدم توانایی جامعه محلی برای فعالیت در زمینه گردشگری است.

کارآفرینی اجتماعی، به دلیل تمرکز بر اهدافی والایتر از اهداف صرفاً اقتصادی، یعنی اهداف اجتماعی،

دست‌آمده در فرضیه سوم این تحقیق هم‌سویی دارد. در فرضیه سوم، اثرپذیری توسعه اقتصادی از گردشگری روستایی مورد سنجش قرار گرفت. نتایج آزمون ضریب مسیر و مقدار t به ترتیب ۴٫۷۵ و ۰٫۲۵ تأثیر مثبت را نشان داد، بنابراین فرضیه سوم که بر تأثیر گردشگری روستایی بر توسعه اقتصادی اشاره دارد نیز، مورد تأیید قرار گرفت؛ چراکه گردشگری روستایی می‌تواند در خلق و گسترش فرصت‌های شغلی مرتبط و غیرمرتبط با گردشگری، ورود زنان به بازارکار، توسعه منابع انسانی و خودباوری، ارتقای خوداشتغالی و کارآفرینی بومی، جلب توجه سرمایه‌گذاران خارجی به روستا، پرکردن شکاف بین مناطق روستایی و شهری و غیره بر شاخص‌های بهبود اقتصادی روستاها تأثیر مثبت گذاشته و لذا توسعه اقتصادی را به همراه دارد. نتیجه به دست‌آمده از فرضیه سوم با نتایج تحقیقات، جلیلی اصل و همکاران (۱۴۰۰)، مقدم و معصومی (۱۳۹۷) و فیروزآبادی و همکاران (۱۳۹۷) هم‌سو است. در جدول ۹ آثار مستقیم، غیرمستقیم و آثار کل (تحلیل متغیر میانجی) انجام شد. از آنجایی که طبق جدول ۹ ضریب معناداری اثر غیرمستقیم میان کارآفرینی اجتماعی و توسعه اقتصادی، از طریق متغیر میانجی گردشگری روستایی، برابر با ۲۵٫۳۶ است، بنابراین کارآفرینی اجتماعی تأثیر معناداری روی توسعه اقتصادی دارد. در نتیجه متغیر گردشگری روستایی به عنوان متغیر میانجی در رابطه فوق ایفای نقش کرده است. همچنین آماره و اف ۲۰، با مقدار ۰٫۲۱۸۰۱ نشان داد که بیش از ۲۱ درصد اثر کل کارآفرینی اجتماعی، از طریق غیرمستقیم، توسط متغیر میانجی گردشگری روستایی به توسعه اقتصادی وارد شده است. در نهایت فرضیه چهارم، با عنوان، کارآفرینی اجتماعی از طریق ارتقای گردشگری روستایی بر توسعه اقتصادی روستایی مؤثر است، نیز تأیید شد.

گردشگری روستایی، تأثیر مثبت داشته و در نهایت رشد این دو، به صورت توسعه اقتصادی در منطقه نمایان می‌گردد. بر این پایه ضروری است که سطح آگاهی، کارآفرینان اجتماعی استان و ساکنان محلی روستاها، نسبت به آثار مثبت کارآفرینی اجتماعی گردشگری روستایی افزایش یافته و جهت دست‌یابی به توسعه اقتصادی در این زمینه فعالیت‌های بیشتری انجام گیرد. لازم به ذکر است، کارآفرینی اجتماعی با تأثیر بر شاخصه‌های فراوانی می‌تواند اثرات بسیار قابل توجه‌ای هم بر توسعه روستایی و شهری، نه تنها به شکل توسعه اجتماعی و اقتصادی، بلکه توسعه فرهنگی، زیست‌محیطی و... داشته باشد. لذا امید است، محققین به خلأهای بسیار، در این زمینه توجه نمایند، تا پاسخ به خلأهای توسط تحقیقات آتی اشکار گردد.

حامی مالی

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

سهم نویسندگان در پژوهش

نویسندگان، محتوای مقاله را تأیید و مسؤلیت تمام جنبه‌های کار را بر عهده دارند.

تضاد منافع

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

تقدیر و تشکر

نویسندگان از همه‌ی افراد، به دلیل مشاوره و راهنمایی علمی و مشارکت‌شان در این مقاله تشکر و قدردانی می‌نمایند

محیط زیستی، فرهنگی و مهار شکست‌های بازار، می‌تواند راهکاری خوب، جهت ایجاد، رونق و توسعه گردشگری روستایی در مناطق محروم و درگیر با معضلات اجتماعی باشد. نتایج تحقیق نشان داد که کارآفرینی اجتماعی، با غلبه بر برخی از موانع ظهور و پایداری کارآفرینی تجاری، یعنی نیروی کار غیر ماهر، ضعف شدید در زیرساخت‌های منطقه، عدم حمایت کافی نهادهای دولتی، ریسک سرمایه‌گذاری و بازگشت آن، شکست‌های اولیه و... می‌تواند موتور محرکه اجتماعی و اقتصادی در مناطق محروم محسوب شود. کارآفرینان اجتماعی، با به‌کارگیری کارگران غیرماهر بومی و آموزش آن‌ها، با تعدیل شکست‌های اولیه در کسب‌وکارهای نوپا، رونق روستا و بازاریابی برای آن، منجر به جلب توانمندسازی و مشارکت جامعه محلی شده و به ازبین‌بردن ریسک فعالیت کارآفرینان تجاری در این مناطق نیز کمک کند.

از طرف دیگر اهدافی که در گردشگری روستایی دنبال می‌شود، بسیار مشابه با اهدافیست که در کارآفرینی اجتماعی ارزش محسوب می‌شود، به عنوان مثال ایجاد اشتغال برای جامعه محلی، ارتقای سطح زندگی جامعه محلی، حفاظت از فرهنگ جامعه محلی و توسعه اقتصادی مناطق محروم و... از موضوعاتی است که هم در گردشگری روستایی و هم در کارآفرینی اجتماعی رکن محسوب می‌شود. بدیهی است که توسعه کارآفرینی اجتماعی در مناطق روستایی، با تأثیرگذاری بر گردشگری روستایی، می‌تواند به رشد و توسعه کسب‌وکارهای محلی، بازگشت جوانان از شهرها به روستاهای خویش بیانجامد و کمک شایانی در کمک به رشد اقتصادی روستاها داشته باشد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که کارآفرینی اجتماعی روستایی بر

منابع

- Basouli, Mehdi, Hashemi, Seyed Saeed, Imani Khoshkho, Mohammad Hossein, Mir Ghafouri, Seyed Habibullah, (2016), Designing a cultural tourism entrepreneurship development model using partial least squares structural equation modeling method (Yazd case study), Quarterly Scientific-Physical Journal of Tourism and Development, 8th year, 2nd issue, pp. 83-104. (In Persian).
- Bagherifard, Seyed Morteza, Jalali, Mahabubeh, Jalali, Fatemeh, Khalili, Parastoo and Sharifi, Somayyeh. (2013), "Tourism Entrepreneurship challenges and Opportunities in Mazandaran" Journal of Basic and Applied Scientific Research, 3 (4), 842-846. (In Persian)
- Barimani, Faramarz, Ramezanzadeh Lesbouei, Mehdi, Tabrizi, Nazanin, Nozar Asl, Sahand (2018), Evaluating the competitiveness of health tourism destinations with emphasis on resources and central attractions (Case study: Ramsar hot springs), Journal of Geography and Program Rizi, Volume 22, Number 63, pp. 26-50 (In Persian)
- Bensemman, Jo, (2009), Copreneurship in Rural Tourism Exploring Women's Experience, p5.
- Belz, F. M., 2013, Shaping the future: Sustainable innovation and Entrepreneurship Social Business 3(4), 311-324.
- Boonabaana, Brenda, Ochieng, Amos, (2022), Interrogating Rural Women's Collective Tourism Entrepreneurship and Social Change in South Western Uganda, Promoting Social and Cultural Equity in the Tourism Sector. Pages 20.
- Bozarjahromi, Khadijah, Shayan, Hamid, Kandahari, Elham, (2014), "Role and place of agricultural tourism in rural development", Regional Conference on Tourism Capacities and Development of Ferdous City, pp. 1-14.
- Burbano, Diana V., Valdivieso, Juan Carlos, Izurieta, Juan Carlos, Meredith, Thomas C., Ferri, Diego Quiroga, (2022), "Rethink and reset" tourism in the Galapagos Islands: Stakeholders' views on the sustainability of tourism development, Annals of Tourism Research Empirical Insights, pp.1-12.
- Burgos, A. & Mertens, F (2017). Participatory management of community-based tourism: A network perspective. Community Development, 48(4), 546-565.
- Butler, G. (2017). Fostering community empowerment and capacity building through tourism: A network perspective. Community Development, 48 (4), 546-565.
- Burns, G. L., & Becker, S. P. (2022). Convergent and Discriminant Validity of the Child and Adolescent Behavior Inventory Scale Scores with Well-Established Psychopathology and Academic Achievement Measures in Adolescents With ADHD. Assessment, 29(5), 1086-1098.
- Duman, Teoman. & Ozbal, Okai. & Duerod, Malcolm. (2018) The role of affective factors on brand resonance: Measuring customer-based brand equity for the Sarajevo brand, Journal of Destination Marketing & Management, Vol.8, pp.359- 372.
- Firouzabadi, Seyyed Ahmed, Hamidah, Dabaghi, (2016), "The Role of Social Entrepreneurship in Local



- Development", *Journal of Rural-Urban Local Development*, Volume 7, Number 1, pp. 29-58. (In persian)
- Firouzabadi, Seyyed Ahmed, Imani Jajermi, Hossein, Dabaghi, Hamida, (2017), "Rural Women's Cooperative, a Potential for Social Entrepreneurship (Case Study: Rural Women's Cooperative of Mehr Efrin-Meshkin Shahr Province)", *Zan Dar Development and Politika Journal*, Volume 16, Number 1, pp. 149-173. (In persian)
- Jalili Asl, Hassan, Falah, Asghar, Oladi, Jafar, Hosseini, Sara, (1400), "Prioritization of environmental, economic, social and technical criteria and indicators of rural ecotourism using multi-variable decision-making techniques ", *local development (rural-urban)*, twelfth period, period number 2, 501-52. (In persian).
- Javad, Shakohi, Raeesi Shahrui, Hafsa, Yaqoubi, Noormohammed, (2017), Identification and prioritization of entrepreneurship development strategies in the field of women heads of households (case study: Sistan and Baluchistan Province), *Sociology of Women*, Volume 9, Number 3, pp. 269 -245. (In Persian)
- Gajarmizadeh, Mohsen, Kamani, Mohammad Hossein, Dehdar, Behnaz, (2016), "Presenting a model for the development of rural tourism entrepreneurship in Fars province (a case study of several villages)", *Master's Thesis of Public Administration*, Payam Noor University, Shiraz Center (InPersian).
- Gorgensen, S. Thoning, S. (2017). Participation empowerment and the role of external actors in community-center tourism, *Master this*, Aalborg university, 1-80.
- Handijani Fard, Morteza, Hijazi, Seyed Reza, (2018), "Identification of the influencing factors in social entrepreneurship in the Islamic framework", *Journal: Entrepreneurship Development*, Volume 11, Number 3, pp. 581-600.
- Heiling, k, and Gerhard, M. (2002). *European rural Development*, International Institute for Applied Systems analysis, Luxemburg, Austria.
- Hezar Jaribi, Jafar, (2005), "Study of the role of entrepreneurship in creating economic opportunities", *Economic Research Journal*, Volume 5, Number 18, pp. 237-267. (In Persian)
- Khatiwada, P. (2014). *Social Entrepreneurship as an approach to community development: A case study of social entrepreneurship in Kathmandu, Nepal*, Hthesis, Helsinki, Diaconia Universiti of Applied Sciences, Degree Programme in Social Service, Bachelor of Social Services (USA) Focus Community Development Work.
- Kirzner, I. (1973), *Competition and Entrepreneurship*, University of Chicago Press, Chicago, IL.
- Kuratko, D. F. (2005). *The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges*, *Journal of Entrepreneurship: Theory and Practice*, Jonh Wiley Publication, Volume 29, Issue 5, pp. 577-598.
- Li, L. (2008). A Review of Entrepreneurship Research Published in the *Hospitality and Tourism Management Journals*. *Tourism Management*, (29)5, 1013-1022.
- Li, Y., Huang, S. S., & Song, L. (2020). Opportunity and necessity entrepreneurship in the hospitality sector: Examining the institutional

- environment influences. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100665.
- Marjani, Timour, Sadri, Sabed Sadruddin, (2013), "Development of social entrepreneurship, disadvantages, effective factors and solutions", *Organizational Cultural Management*, 12(2), pp. 277-297(In Persian).
- Mir Wahi, Seyed Saeed and Esfandiari, Elham, (2015), "Investigating the potential of tourism entrepreneurship in the Qashqai nomadic community of Iran", *Heritage and Tourism*, No. 3, pp. 73-94.
- Nunkoo, R. (2017). Governance and sustainable tourism: what is the Role of the Trust, Power and Social capital ?. *Journal of Destination Marketing and Management*, 6 (4), pp277-285(in Persian)
- Naimi, Amir, Rezaei, Ruhollah, Musapour, Sayeda Kausar, (2017), "Analysis of the relationship between social capital and the quality of life of villagers in Khuzestan province with an emphasis on the mediating role of tourism", *Social Capital Management*, 5 (4), 552 - 523(In Persian).
- Oppermann. Martin(1996): *Rural Tourism in Southern Germany*, *Annals of Tourism Research*, Vol. 13, No. 1.
- Parveen, Mohammad, Rezaviyan, Mohammad Taqi, Tavakalinia, Jamila (2018), "Evaluating the impact of tourism on the economic development of Tehran", *Earth Science Research*, 10th year, number 39, pp. 214-230(In Persian).
- Pirooz, (1373), "Introduction to Tourism Planning", *Political-Economic Information Monthly*, No. 45-46.(In Persian)
- Pouria, Ostrander, S.A. (2007), "The growth of donor control: revisiting the social relations of philanthropy", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, Vol. 36 No. 2, pp. 356-372.
- Razi Mele, Hadi, Ebrahimi, Gurban Ali, (2017), "Analysis of the causal relationship between social capital and sustainable development of tourism (case study: citizens of Sari city)", *Tourism Planning and Development*, 7(25), 46-71(In Persian)
- Rezvani, Mohammad Reza, (2007), "Geography and Tourism Industry", Tehran: Payame Noor University Press, seventh edition.(In Persian)
- Rezaei Moghadam, Koresh, Masoumi, Ehsan, (2017), "Sustainable rural agriculture: a response to the messages of the boundless development of entrepreneurship in rural areas", *Journal of Entrepreneurship Studies and Sustainable Development of Agriculture*, 5, No. 2, pp. 83-104(In Persian).
- Ridley- duf r (2008) "Social enterprise as a sociality rational bussiness", *International Journal Behavior & research*, Vol. 14 Iss: 5, pp.291-312.
- Ruknuddin Eftekhari, Abdolreza, Imani Khoshkho, Mohammad Hossein, Portahari, Mehdi, Pourjam Alavijeh, Afsana, (2016), "Analysis of the social dimension of sustainable entrepreneurship management in the hotel industry (case study: 4 and 5 star hotels in Tehran) ", *Tourism social studies*, third year, sixth issue, pp. 139-163.(In Persian).
- Rokanuddin Eftekhari, Abdolreza, Mahdavi, Davood, (2006), "Rural Tourism Development Strategies Using the SOWT Model of Lavasan Kouchak County", *Lecturer of Humanities*,



- Volume 10, Number 2, pp. 1-30.(In Persian).
- Saberi, Amir, Tavakalinia, Jamila, Razaviyan, Mohammad Taghi, Qadri, Ismail, (2017), "Investigation of the impact of tourism on the economic and social development of Kashan city", Welfare Planning and Social Development, No. 36(In Persian).
- Salehi Sedghiani, Jamshid (2010), A Study of Social Entrepreneurship with the Behavioral Characteristics Approach, Journal of Entrepreneurship Development, Volume 3, Number 1, pp. 67-94.(In Persian)
- Shams al-Dini, Ali and Mousavi, Seyyed Ruhollah (2016), Factors Affecting Entrepreneurship Development in Fars Province with Emphasis on Cooperative Sector, Regional Planning Quarterly, Volume 6, Number 22, pp. 43-60.(In Persian)
- Sejasi Khedari, Hamdallah, Sadeghlou, Tahereh, Mahmoudi, Hamideh, (2018), Ranking of villages based on livability indicators (case study: Nizam village of Abad Shahrstan, Azadshahr), Human Geographical Research, Volume 51, Number 1, pp. 129 -144(In Persian).
- Shabir, Ahmad, Ishtiaq, Bajwa, (2022), Social Entrepreneurship and Economic Development: A Bibliometric Analysis, Emerald Publishing Limited, pp55-75.
- Sheikhi, Saeed, Karimzadeh, Hossein, Aghayari, Hir, Mohsen, (2013), "The role of rural tourism in the development of villages in Dera Shahr city with an emphasis on entrepreneurship", Master's thesis, Faculty of Geography and Planning. (In Persian)
- Strzelecka, M. Boley, B. Woosnam, K. (2017), Place attachment and Empowerment: Do Resident need to be attached to be empower, Annal of tourism research, 66, 61-73.
- Tang, C. (2011). Is the tourism-led growth hypothesis valid for Malaysia? A view from disaggregated tourism markets. International journal of sustainable tourism research, 13 (3), 97-101.
- Tarka, P. (2018). An overview of structural equation modeling: its beginnings, historical development, usefulness and controversies in the social sciences. Quality and Quantity; Springer Netherlands.
- <https://doi.org/10.1007/s11135-017-0469-8>.
- Zare, Reza, Safri Dashtaki, Mohammad, (2018), design and explanation of the paradigm model of social entrepreneurship by empowering the women of Vatraj Khan (case study: Imam Khomeini Relief Committee (RA) of Fars Province), Zan in Development and Politics Magazine Article 8, Volume 17, Number 1, Page 147-171(In Persian).
- Zhou, Z., Zhang, Q., Su, C. & Zhou, N. (2011). How do brand communities generate brand relationships? *Intermediate mechanisms*, Journal of Business Research, 65(7), 890-895.
- Zhu, Ying; Lan, Hong; A Ness, David; Xing, Ke; Schneider, Kris; Lee, Seung-Hee; Ge, Jing (2015). Transforming Rural Communities in China and Beyond Community Entrepreneurship and Enterprise, Infrastructure Development and In.