

Village and Development

Vol.27, No.108, Winter 2025

Research Paper

Investigating the Presentation of a Social Entrepreneurship Model in Rural Tourism (Study Case: Piran Village in Sarpol-e Zahab County)

*M. Ayeneh*¹ , *N. Naderi*²  *E. Khosravi*³ 

Received: 20 January, 2025

Accepted: 13 May, 2025

Abstract

Introduction

Social entrepreneurship in the rural tourism industry is a novel approach that aims to create social and environmental values alongside economic profit. This type of entrepreneurship can contribute to the sustainable development of local communities and improve their living conditions by establishing local businesses, increasing job creation and income generation, and preserving indigenous culture and traditions. Social entrepreneurs can also develop sustainable and environmentally friendly projects that help conserve natural resources enhance cultural identity, and raise awareness among local communities about the importance of sustainable tourism. Ultimately, social entrepreneurship in rural tourism can facilitate the creation of sustainable jobs, preserve local culture, improve the quality of life for the community, and attract tourists to authentic and indigenous experiences. The aim of this research is to present a model of social entrepreneurship in rural tourism.

1. Ph.D. Student of Entrepreneurship, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran.

2. Corresponding Author and Associate Professor of Educational Management, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran.(n.naderi@razi.ac.ir)

3. Assistant Professor of Entrepreneurship, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran.

DOI: 10.30490/rvt.2025.367372.1643

Materials and Methods

This qualitative study is based on applied research objectives and involves descriptive data collection. The research involved reviewing theoretical foundations and previous studies to identify indicators of social entrepreneurship in rural tourism. The study population included scientific resources related to social entrepreneurship and rural tourism from 2010 to 2022, resulting in the selection of 31 relevant articles out of 52. The Delphi method was used with a statistical population of experts in entrepreneurship and tourism. Sample selection in content analysis was purposive, focusing on texts most relevant to the research topic. Thirteen specialists in entrepreneurship, social entrepreneurship, and rural tourism were selected to respond to the Delphi questions. The study initially identified and analyzed indicators of social entrepreneurship through content analysis and then prioritized the most important dimensions in three rounds of the Delphi method. Data analysis involved subjective methods in content analysis and descriptive statistics such as counting, percentages, and averages in the Delphi method to analyze questionnaire and interview data. The identified indicators in the Delphi phase were confirmed or rejected based on expert agreement.

Results and Discussion

The study results reveal that the model of social entrepreneurship in rural tourism consists of 10 components and 50 indicators. The identified components include creating social value, economic sustainability, environmental protection, providing job opportunities, skill development, collaboration with stakeholders, attention to local culture, creativity and innovation, participatory management, and infrastructure development.

Conclusions

Social entrepreneurship in rural tourism is an effective tool for the sustainable development of local communities. This approach helps create sustainable jobs, increase residents' income, preserve the environment and local culture, and foster a sense of belonging and participation. By focusing on community needs and optimizing resource use, social entrepreneurship promotes sustainable tourist attraction and enhances the quality of life in rural areas.

Keywords: Social Capital, Financial Well-Being, Rural Regeneration, Economic Development.

روستا و توسعه

سال ۲۷، شماره ۱۰۸، زمستان ۱۴۰۳

مقاله پژوهشی

ارائه الگوی کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی (مورد مطالعه: روستای پیران شهرستان سرپل ذهاب)

معصومه آینه^۱ , نادر نادری^۲ , احسان خسروی^۳ 

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۲/۲۳

چکیده

کارآفرینی اجتماعی در صنعت گردشگری روستایی می‌تواند به ایجاد مشاغل پایدار و حفظ فرهنگ محلی کمک کند، درحالی‌که به بهبود کیفیت زندگی جامعه و جذب گردشگران به تجربه‌های اصیل و بومی می‌انجامد. هدف این پژوهش ارائه الگوی کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی است. این پژوهش، تحقیق کیفی است که ابتدا با مرور مبانی نظری و مطالعات پیشین از طریق روش تحلیل محتوای کیفی، شاخص‌های کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی شناسایی و تفسیر شدند. سپس برای تأیید و اعتبارسنجی عوامل شناسایی شده، این عوامل در اختیار ۱۳ نفر از متخصصان در حوزه کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی و گردشگری روستایی قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که الگوی کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی دارای ۱۰ مؤلفه و ۵۰ شاخص است. مؤلفه‌های شناسایی شده عبارتند از: ایجاد ارزش اجتماعی، پایداری اقتصادی، حفاظت از محیط زیست، فراهم‌سازی فرصت‌های شغلی، توسعه مهارت‌ها،

۱. دانشجوی دکترای کارآفرینی، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

۲. نویسنده مسئول و دانشیار مدیریت آموزشی، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
(n.naderi@razi.ac.ir)

۳. استادیار کارآفرینی، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

همکاری با ذی‌نفعان، توجه به فرهنگ محلی، خلاقیت و نوآوری، مدیریت مشارکتی، توسعه زیرساخت‌ها. کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی ابزاری مؤثر برای توسعه پایدار جوامع محلی است. این رویکرد به ایجاد مشاغل پایدار، افزایش درآمد ساکنان و حفظ محیط زیست و فرهنگ محلی کمک می‌کند. کارآفرینی اجتماعی با تمرکز بر نیازهای جامعه و استفاده بهینه از منابع، حس تعلق و مشارکت را تقویت کرده و به جذب گردشگران پایدار و بهبود کیفیت زندگی در مناطق روستایی منجر می‌شود.

کلید واژه‌ها: کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی، گردشگری روستایی، اشتغال، سرپل ذهاب.

مقدمه

گردشگری یکی از بهترین و پرسودترین راه‌های سرمایه‌گذاری در دنیا است. این صنعت می‌تواند به توسعه کارآفرینی کمک کند و نسبت به سایر بخش‌ها، تعداد بیشتری از افراد را استخدام کند. گردشگری قابلیت ایجاد کسب و کارهای جدید را دارد و می‌تواند به اشتغال‌زایی و کارآفرینی کمک کند (Fallah Tafti et al., 2023). توسعه فعالیت‌های گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد پویایی اجتماعی-اقتصادی باشد (Babakhanzadeh & Lotfi, 2013). کنترل و توسعه فعالیت‌های گردشگری در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی از سوی ساکنان محلی در چارچوب الگوی توسعه گردشگری جامعه‌محور، زمینه‌ساز پایداری گردشگری است (Gursoy et al., 2010). امروزه گردشگری آثار اقتصادی زیادی از جمله ایجاد شغل، کسب درآمد ارزی برای کشور میزبان، افزایش درآمدهای مالیاتی، ایجاد تعادل در مناطق مختلف، کاهش نابرابری ثروت، و جلوگیری از مهاجرت روستاییان به شهرها به همراه دارد. این صنعت مشاغل متنوعی را در زمینه‌های تولیدی و خدماتی ایجاد می‌کند و در سطح جهانی اهمیت زیادی دارد. کشورهای مختلف سعی می‌کنند با فراهم کردن امکانات تفریحی و رفاهی از مزایای اقتصادی گردشگری بهره‌برداری کنند (Soltaninejad & Vathogni, 2014).

مناطق روستایی در کشورهای در حال توسعه با چالش‌های زیادی در زمینه توسعه اقتصادی مواجه هستند، زیرا درآمدهای حاصل از کشاورزی به تنهایی کافی نیست. این وضعیت باعث می‌شود که شرایط اقتصادی ضعیف و کیفیت زندگی پایین باشد. بنابراین، باید گزینه‌های جدیدی با استفاده از منابع محلی این مناطق بررسی شود. یکی از اهداف مهم توسعه روستایی، ایجاد درآمد و اشتغال است و کارآفرینی ابزار اصلی برای رسیدن به این هدف محسوب می‌شود. کارآفرینی می‌تواند بیکاری را کاهش دهد و فرصت‌های شغلی بیشتری ایجاد کند (Mahmoudzadeh & Arjmandian, 2017).

بنابراین، زمانی که چالش‌های موجود در بخش اجتماعی زیاد می‌شوند، پتانسیل و فرصت برای کارآفرینی اجتماعی که یک نیروی قدرتمند برای خلق ارزش اجتماعی است، نمایان می‌شود (Baporikar, 2017). کارآفرینی اجتماعی به دنبال تقویت و کمک به جامعه، به‌ویژه در مناطق فقیر است. با وجود تعاریف مختلف، نقطه مشترک در همه آن‌ها این است که کارآفرینی اجتماعی متمرکز بر حل مسائل اجتماعی است و بر توسعه و اجرای راهکارهایی تأکید دارد که نتایج قابل اندازه‌گیری در زمینه تغییرات اجتماعی داشته باشد (Karpisheh, 2019). طبق نظر متخصصان، کارآفرینی اجتماعی زمینه‌های متنوعی را شامل می‌شود که دربرگیرنده طیف وسیعی از آموزش، خدمات بهداشتی، خدمات اجتماعی و حفاظت از محیط زیست تا هنر و فرهنگ است. در همین راستا، در پاسخ به چالش‌های پیچیده و فزاینده اجتماعی که جوامع در عصر کنونی با آن مواجه هستند، جنبه اجتماعی آن توسعه و بسط زیادی یافته است (Baporikar, 2017). کارآفرینی اجتماعی رویکردی نوآورانه برای حل معضلات اجتماعی مانند فقر و نابرابری است که از طریق ترکیب مدل‌های اقتصادی پایدار و مشارکت مردمی، هم‌زمان به سودآوری و منافع جمعی می‌اندیشد. نمونه بارز آن ایجاد شرکت‌های روستا محور و تعاونی‌های زنان است که با بهره‌گیری از منابع بومی، موجب اشتغال‌زایی، افزایش درآمد و بهبود خدمات اساسی می‌شوند. این نوع کارآفرینی بر چهار پایه ارزش اجتماعی، جامعه مدنی، نوآوری و فعالیت اقتصادی استوار است و هدف نهایی آن تحقق توسعه‌ای عادلانه و انسانی‌تر برای جامعه است (Meitriana et al., 2019).

فلاح تفتی و همکاران (Fallah Tafti et al., 2023) در تحول معیارهای کارآفرینی اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی استان گیلان دریافتند که باور به کارآفرینی و استفاده خلاق از منابع، مؤثرترین معیارهای اثرگذار بر سایر معیارها هستند. قادری و همکاران (Ghaderi et al., 2024) در طراحی الگوی کارآفرینی اجتماعی معلولان در صنعت گردشگری دریافتند که از میان متغیرهای شناسایی شده، عوامل محیطی و بین فردی با بیشترین تأثیرگذاری و عوامل فردی با بیشترین تأثیرپذیری در تعامل با دیگر متغیرها در فراهم کردن زمینه کارآفرینی اجتماعی معلولان در صنعت گردشگری بسیار اثرگذار هستند. شادری و همکاران (Shaderi et al., 2019) در تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در شهرستان چابهار دریافتند که عوامل ساختاری بیشترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی شهرستان چابهار دارد و عوامل فردی، محیطی، پشتیبانی- حمایتی و اجتماعی - فرهنگی در درجات بعدی قرار دارند. محمودزاده و ارجمندیان (Mahmoudzadeh & Arjmandian, 2017) در شناسایی و رتبه‌بندی فرصت‌های

کارآفرینانه در گردشگری روستایی، ۵۹ فرصت کارآفرینی را در صنعت گردشگری روستا مشخص کردند. فرصت‌های گروه بهداشت و سلامت، بالاترین رتبه و فرصت‌های تفریح و ماجراجویی پایین‌ترین رتبه را کسب کردند.

میتریان و همکاران (Meitriana et al., 2018) در پژوهشی با عنوان چارچوب مفهومی کارآفرینی اجتماعی گردشگری برای توسعه پایدار جامعه دریافتند که کارآفرینی اجتماعی در گردشگری یک مفهوم نوظهور بوده و می‌تواند به توسعه مناطق و متخصصان گردشگری کمک شایانی نماید. میتریان و همکاران (Meitriana et al., 2019) در پژوهشی دیگر در تأثیر کارآفرینی اجتماعی بر رفاه جامعه روستایی مشخص کردند که هدف از کارآفرینی اجتماعی، تحقق تحولات اجتماعی بهتر یا مثبت و حل مشکلات اجتماعی به‌ویژه مشکل رفاه جامعه و به سود جامعه است. همچنین آن‌ها کلید اصلی کارآفرینی را از طریق چهار عنصر مهم ارزش اجتماعی، جامعه مدنی، نوآوری و فعالیت اقتصادی قابل ارزیابی دانستند. موتیر و همکاران (Mottiar et al., 2018) به بررسی نقش کارآفرینان اجتماعی در توسعه مقاصد گردشگری روستایی پرداختند. نتایج مطالعه نشان داد که کارآفرینان اجتماعی روستایی، نیروی محرک مهمی در شناسایی پتانسیل‌های گردشگری در مقاصد روستایی (به‌عنوان فرصت‌آفرین)، ترغیب چشم‌انداز جمعی، و عمل به‌عنوان معماران شبکه در دستیابی به اهداف اجتماعی با زمینه‌های جغرافیایی و اجتماعی متفاوت هستند.

کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی به‌عنوان راهبردی کلیدی برای توسعه پایدار مناطق محروم شناخته می‌شود. مطالعات مختلف نشان داده‌اند که موفقیت این رویکرد به ترکیبی از عوامل فردی (مانند خلاقیت و باور کارآفرینانه)، ساختاری (سیاست‌های حمایتی و زیرساخت‌ها) و محیطی (منابع طبیعی و فرهنگی) وابسته است.

طراحی الگوی کارآفرینی اجتماعی در روستاهای پیران شهرستان سرپل ذهاب، می‌تواند با بهره‌گیری از تجارب موفق سایر مناطق و توجه به ویژگی‌های منحصربه‌فرد این منطقه، مزایای قابل توجهی داشته باشد. این الگو با تأکید بر مشارکت فعال جامعه محلی، بهره‌برداری هوشمندانه از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی، ایجاد شبکه‌های حمایتی و توجه هم‌زمان به ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی، نه تنها به حل چالش‌های محلی مانند بیکاری و مهاجرت کمک می‌کند، بلکه می‌تواند الگویی نوین برای توسعه پایدار سایر مناطق روستایی کشور ارائه دهد. اهمیت این طرح در آن است که ضمن یادگیری از تجارب گذشته، بومی‌سازی شده و پاسخگوی نیازهای خاص منطقه مرزی سرپل ذهاب است. مطالعه حاضر با بررسی کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی مناطق مرزی،

رویکردی نوین را ارائه می‌دهد که از چند جهت از مطالعات پیشین متمایز است. درحالی‌که تحقیقات قبلی به‌طور عمده بر عوامل مجزای فردی، ساختاری یا محیطی تمرکز داشته‌اند، این پژوهش با ارائه چارچوبی تلفیقی، تعامل پویای این عوامل را در بستر خاص مناطق مرزی تحلیل می‌کند. مزیت متمایز این الگو، توجه هم‌زمان به ویژگی‌های خاص منطقه مورد مطالعه شامل موقعیت مرزی و پیچیدگی‌های خاص آن، قابلیت تبدیل تهدیدهای محیطی به فرصت‌های کارآفرینی، و ظرفیت‌های فرهنگی اصیل است.

سرپل ذهاب یکی از شهرستان‌های استان کرمانشاه در غرب ایران است. این شهرستان دارای ویژگی‌های فرهنگی، تاریخی و طبیعی خاصی است که آن را به یک مقصد جذاب برای گردشگران تبدیل کرده است. شهرستان سرپل ذهاب در غرب ایران و نزدیک به مرز عراق با ۲۰۰ روستا واقع شده است. این شهرستان دارای تاریخ غنی و فرهنگی متنوع است. آثار باستانی و تاریخی متعددی در این منطقه وجود دارد که نشان‌دهنده تمدن‌های گذشته است. مردم این منطقه به زبان کردی صحبت می‌کنند و فرهنگ و آداب و رسوم خاص خود را دارند. این منطقه دارای مناظر طبیعی زیبا و آبشارهای دیدنی است و وجود آثار باستانی مانند قلعه‌ها و معابد، جذابیت این شهرستان را افزایش می‌دهد. اقتصاد شهرستان سرپل ذهاب وابسته به کشاورزی، دامداری و خدمات گردشگری است. با توجه به پتانسیل‌های گردشگری، توسعه این بخش می‌تواند به بهبود وضعیت اقتصادی منطقه کمک کند. شهرستان سرپل ذهاب دارای آب‌وهوای معتدل کوهستانی است. تابستان‌ها، گرم و خشک و زمستان‌ها سرد و بارانی است، که این شرایط بر گردشگری تأثیرگذار است. این شهرستان با تاریخ و فرهنگ غنی خود، می‌تواند به‌عنوان یک مقصد گردشگری جذاب در استان کرمانشاه شناخته شود.

با توجه به اهمیت و تأثیر کارآفرینی اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی، مطالعات بسیار اندکی در کشور به‌خصوص در شهرستان سرپل ذهاب انجام شده است. بیشتر این مطالعات فاقد مدل برای بیان اهمیت موضوع بوده‌اند. به همین دلیل با توجه به درآمدزایی این صنعت و نقش آن در تقویت کارآفرینی ضرورت دارد، رابطه گردشگری روستایی و کارآفرینی اجتماعی مورد مطالعه قرار گیرد. بدین منظور پرسش اصلی پژوهش بدین صورت است که الگوی کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستاهای شهرستان سرپل ذهاب چگونه است؟

مطالعه پیشینه پژوهش در حوزه کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی نشان می‌دهد که اگرچه گردشگری روستایی مورد بررسی قرار گرفته است؛ اما پیوند آن با کارآفرینی اجتماعی به‌ویژه در بستر جوامع در حال توسعه نیازمند کاوش عمیق‌تری است. پژوهش‌های پیشین به‌طور عمده بر ابعاد

اقتصادی گردشگری روستایی متمرکز بوده‌اند. این پژوهش با مرور نظام‌مند ادبیات موجود، در پی آن است تا خلأهای پژوهشی در زمینه کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی را شناسایی کند. ازجمله این خلأها می‌توان به نقش نهادهای محلی در تسهیل فرایندهای کارآفرینانه، تأثیر آموزش‌های مهارتی بر توسعه پایدار گردشگری، و الگوهای موفق کارآفرینی اجتماعی در مناطق روستایی اشاره کرد. بررسی پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که اگرچه نمونه‌های موفقی از کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی در برخی از کشورهای توسعه‌یافته وجود دارد، اما بومی‌سازی این الگوها برای روستاهای ایران با توجه به شرایط فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی خاص آن، نیازمند مطالعات بیشتری است.

مبانی نظری

کارآفرینی به معنای ایجاد و پیگیری فرصت‌های جدید و نوآورانه برای تولید ارزش در جامعه است. این موضوع به‌عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی و اجتماعی توسط سیاست‌گذاران مورد توجه قرار گرفته است (Roundy & Dutch, 2018). کارآفرینی مبتنی بر استفاده از منابع طبیعی به‌ویژه گردشگری ابزاری برای حل مسائل و چالش‌های داخلی جوامع روستایی است و راهی برای حفاظت از سرمایه‌های روستایی و همچنین نیروی محرکه مهمی در انباشت سرمایه روستایی به شمار می‌آید (Fallah Tafti et al., 2023). کارآفرینی اجتماعی به اقداماتی گفته می‌شود که مانند کارآفرینی عادی، نوآورانه و خلاقانه هستند، اما هدف اصلی آن‌ها رسیدن به اهداف اجتماعی است. این اهداف شامل ایجاد همبستگی در جامعه و مقابله با مشکلاتی مانند فقر و ناامیدی و نه فقط کسب سود برای فرد یا گروه خاصی است (Marjani & Sadri, 2014). کارآفرینی اجتماعی با خلاقیت و شناسایی فرصت‌های اجتماعی، به دنبال ایجاد تغییرات مثبت در جامعه است. این نوع کارآفرینی می‌تواند در بخش‌های عمومی یا خصوصی انجام شود و با ترکیب مدل‌های کسب و کار و تأثیرات اجتماعی به هدف خود برسد (Forouharfar et al., 2019). با توجه به اینکه بسیاری از مسائل و آسیب‌های اجتماعی ریشه در بیکاری و عدم وجود فرصت‌های شغلی برای افراد جامعه دارد، توجه به مقوله کارآفرینی اجتماعی می‌تواند تا حد زیادی این آسیب‌ها را تحت تأثیر قرار داده و آن‌ها را کاهش دهد (Karpisheh, 2019). کارآفرینی اجتماعی ضمن داشتن مزایا و آثار اقتصادی کلیت مقوله کارآفرینی و کسب و کار، از اهمیت و مزیت‌هایی برخوردار است که با اصول و ارزش‌های بنیادین انسان‌گرایی، عدالت، اجتماع‌محوری، نوع‌دوستی، اخلاق‌مداری و تأمین اجتماعی همخوانی دارد. درواقع اهمیت کارآفرینی اجتماعی در این است که ضمن دستیابی به مزایای اقتصادی و درآمد، امکان تحقق

جنبه‌های توسعه اجتماعی همچون مشمولیت، حمایت و تأمین اجتماعی نیز در آن وجود دارد (Gholamrezaee & Rahimi Faizabad, 2019).

صنعت گردشگری یکی از مهمترین بخش‌ها و عوامل اصلی در رونق اقتصادی بسیاری از کشورها، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه است. توجه به گردشگری در ایران نیز با توجه به وجود منابع تاریخی و طبیعی فراوان، می‌تواند بسیار مهم باشد (Saketi et al., 2015). گردشگری روستایی نوعی خاصی از گردشگری است که اگر با در نظر گرفتن ویژگی‌ها، نیازها و مسائل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جوامع محلی و همچنین خواسته‌های گردشگران به‌خوبی برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی شود، می‌تواند بسیاری از مشکلات اقتصادی مناطق روستایی مانند فقر و بیکاری را حل کند (Mahmoudzadeh & Arjmandian, 2017). بنابراین کارآفرینی اجتماعی در توسعه فعالیت‌های گردشگری روستایی می‌تواند زمینه را برای ایجاد پویایی اجتماعی- اقتصادی فراهم سازد (Abbasi et al., 2020). گردشگری روستایی فقط بخشی کوچک از گردشگری را شامل می‌شود، اما یکی از بخش‌های در حال رشد سریع است. این نوع گردشگری می‌تواند به تنوع اقتصادی محلی کمک کند، بازارهای جدیدی را برای محصولات محلی ایجاد کند و منبع درآمد اضافی برای کشاورزان و دیگر افراد باشد. گردشگری روستایی به توسعه نواحی روستایی و در نتیجه به رشد کلی اقتصاد کشور کمک می‌کند (Khaderi et al., 2020). گردشگری روستایی می‌تواند در توسعه اقتصاد روستایی موجب تسهیل در فرایند باز سازی اقتصادی مناطق روستایی شود (Abbasi et al., 2020).

برای طراحی الگوی کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی، باید به تئوری‌های پایه‌ای کارآفرینی اجتماعی، توسعه روستایی، و گردشگری پایدار استناد کرد. کارآفرین اجتماعی در گردشگری روستایی در الگوی پیشنهادی، نه تنها به دنبال سودآوری است؛ بلکه هدف آن، احیای فرهنگ محلی، اشتغال‌زایی، و حفظ محیط زیست است. بنابراین در نظریه کارآفرینی اجتماعی تأکید بر خلق ارزش اجتماعی همراه با پایداری مالی است (Dees, 2011). همچنین آیوستین و همکاران (Austin et al., 2006) در مدل ارزش‌گذاری اجتماعی به ترکیب منابع (انسانی، مالی، طبیعی) برای حل مسائل روستاییان از طریق گردشگری پرداختند. از طرفی هم در نظریه توسعه پایدار گردشگری، گردشگری روستایی باید به دنبال تقویت اقتصاد محلی، محیط زیست و جامعه میزبان باشد که مؤلفه‌هایی مانند مشارکت جامعه محلی و حفظ میراث فرهنگی از این نظریه استخراج شده‌اند. گردشگران در چارچوب گردشگری تجربه‌محور به دنبال تجربه‌های اصیل هستند؛ بنابراین الگو بر فعالیت‌های مشارکتی (مثل صنایع دستی محلی، اکوتوریسم) تأکید دارد (Pine & Gilmore, 1999). کارآفرینی اجتماعی باید

دارایی‌های روستا (طبیعی، انسانی، مالی) را تقویت کند تا وابستگی به شهرها کاهش یابد (Scoones, 1998) و شبکه‌های اجتماعی و اعتماد بین ذی‌نفعان (روستاییان، دولت و بخش خصوصی) برای موفقیت کارآفرینی اجتماعی حیاتی است (Putnam, 2000).

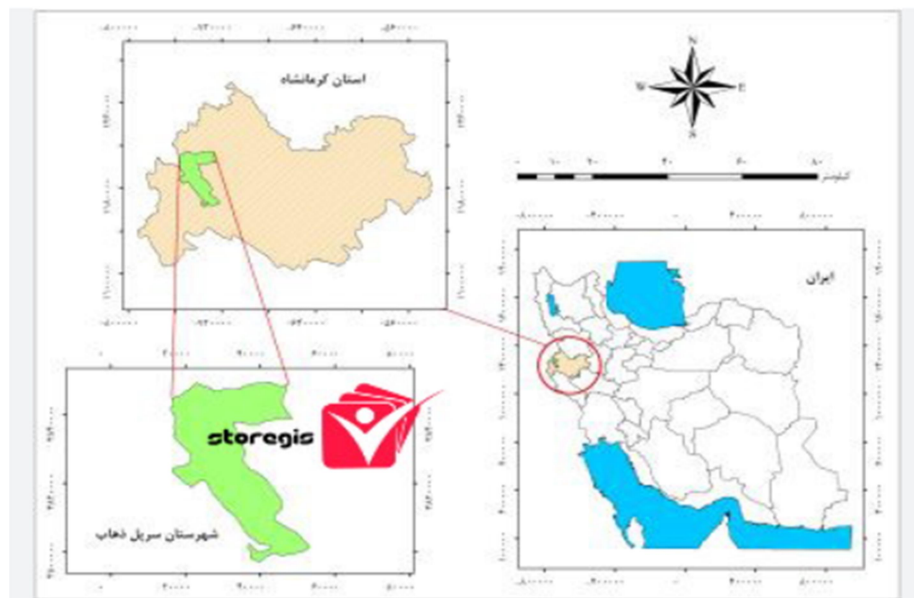
جدول ۱. متغیرهای کلیدی الگو

منبع نظری	مؤلفه‌های الگو
Dees, 2011	مأموریت دوگانه (سود + تأثیر اجتماعی)
Pine & Gilmore, 1999	تجربه محور کردن خدمات گردشگری
Putnam, 2000 و مطالعات میدانی پژوهش حاضر	شبکه‌سازی با نهادهای محلی

ماخذ: یافته‌های پژوهش

روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش یک تحقیق کیفی است که بر اساس هدف، پژوهشی کاربردی و از نظر جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی محسوب می‌شود. برای شناسایی شاخص‌های مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی، ابتدا چارچوب نظری تحقیق از طریق بررسی نظام‌مند مطالعات پیشین مرتبط تدوین شد. سپس داده‌های مورد نیاز با استفاده از روش‌های ترکیبی انجام مصاحبه‌های عمیق نیمه-ساختاریافته و بررسی نظام‌مند مقالات علمی مرتبط پیشین گردآوری شد. در همین راستا، منابع علمی مرتبط با کارآفرینی اجتماعی و گردشگری روستایی از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۴ جمع‌آوری شد. تعداد ۵۲ مقاله از منابع استخراج شد که در نهایت ۳۱ مقاله مورد استفاده قرار گرفت. جامعه آماری در روش دلفی، شامل کارشناسان حوزه کارآفرینی و گردشگری بود و انتخاب نمونه در تحلیل محتوا به صورت هدفمند انجام شد. در نهایت، ۱۳ نفر از متخصصان در حوزه کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی و گردشگری روستایی برای پاسخ به پرسش‌های دلفی انتخاب شدند. نحوه انتخاب کارشناسان، هدفمند و بر اساس میزان آشنایی و تخصص آن‌ها در این زمینه بود. در ابتدا، شاخص‌های کارآفرینی اجتماعی شناسایی و از طریق تحلیل محتوا بررسی شدند. سپس در سه مرحله از روش دلفی، مهمترین ابعاد شناسایی و اولویت‌بندی شدند. برای تحلیل داده‌ها در روش تحلیل محتوا، از روش‌های ذهنی استفاده شد. برای تحلیل داده‌های پرسش‌نامه‌ها و مصاحبه‌ها در روش دلفی از آمار توصیفی مثل شمارش، درصد و میانگین بهره گرفته شد. شاخص‌های شناسایی شده در مرحله دلفی بر اساس میزان موافقت کارشناسان تأیید یا رد شدند. اگر درصد موافقت بالای ۵۰ درصد بود، تأیید می‌شد و اگر زیر ۵۰ درصد بود، رد می‌شد. موقعیت محدوده مورد مطالعه در شکل ۱ آورده شده است.



شکل ۱. موقعیت محدوده مورد مطالعه

نتایج و بحث

یافته‌های پژوهش کیفی در قالب توزیع ویژگی‌های جمعیت شناختی افراد گروه نمونه، طبقات، مفاهیم یا مضامین اصلی با زیرمجموعه آن‌ها به همراه نقل قول‌های مستقیم شرکت‌کنندگان یا داده‌های اولیه توضیح داده شدند. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارشناسان در جدول ۲ آورده شده است. با توجه به اطلاعات جدول، ۸ نفر (۶۱ درصد) مرد و ۵ نفر (۳۹ درصد) زن هستند. این موضوع نشان می‌دهد که نسبت مردان در نمونه به زنان تقریباً یک و نیم برابر است، که می‌تواند نشان‌دهنده مشارکت بالای مردان در کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی باشد. بیشترین توزیع سنی نشان داد که ۴۶ درصد از افراد در گروه سنی ۳۰-۴۰ سال قرار دارند. این امر بیانگر آن است که بیشتر افراد پاسخ‌دهنده در سنین جوانی تا میان‌سالی فعالیت می‌کنند، که معمولاً دوره‌های پویایی برای تثبیت کسب و کارها محسوب می‌شود. بیشترین تعداد افراد دارای مدرک دکترای تخصصی (۵۳ درصد) هستند که این موضوع نشان می‌دهد تحصیلات بالاتر می‌تواند به کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی کمک کند. حدود ۵۳ درصد از افراد بین ۵ تا ۱۰ سال تجربه کاری دارند.

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت شناختی

ردیف	جامعه مورد مطالعه	سن	جنسیت	سابقه کاری	مدرک تحصیلی	تعداد نمونه
۱	کارآفرینی	۴۱	مرد	۵	کارشناسی ارشد	۶
		۵۲	مرد	۱۴	دکترای تخصصی	
		۳۸	زن	۳	دکترای تخصصی	
		۴۳	مرد	۷	دکترای تخصصی	
		۴۰	زن	۶	دکترای تخصصی	
۲	کارآفرینی اجتماعی	۳۸	مرد	۱۵	کارشناسی ارشد	۴
		۴۳	مرد	۸	دکترای تخصصی	
		۳۷	مرد	۹	کارشناسی ارشد	
		۳۴	مرد	۲	دکترای تخصصی	
		۳۵	زن	۳	کارشناسی ارشد	
۳	گردشگری روستایی	۵۰	زن	۳	کارشناسی ارشد	۳
		۴۹	مرد	۷	دکترای تخصصی	
		۳۶	زن	۸	کارشناسی ارشد	

ماخذ: یافته‌های پژوهش

برای ارزیابی اعتبار پرسش‌های مصاحبه، از روش توافق درون موضوعی استفاده شد. به این منظور، یکی از اساتید مجرب گروه کارآفرینی که تخصص کافی در زمینه تحلیل مضمون داشت، به عنوان ارزیاب دوم به پژوهش دعوت شد. پژوهشگر و ارزیاب به صورت مستقل سه مصاحبه را مورد بررسی قرار دادند و سپس با استفاده از فرمول محاسبه درصد توافق، میزان همخوانی بین کدگذاری‌های انجام شده توسط آن‌ها محاسبه شد. این رویکرد به منظور افزایش دقت و اعتبار نتایج پژوهش و اطمینان از انسجام در تحلیل داده‌ها انجام پذیرفت. فرمول محاسبه درصد توافق به قرار زیر است (Babae Farsani et al., 2018):

$$\frac{2M}{N1 + N2} \quad (۱)$$

M: تعداد کدهای مشترک میان دو کدگذار

N1: تعداد کدهای شناسایی شده توسط کدگذار ۱

N2: تعداد کدهای شناسایی شده توسط کدگذار ۲

یافته‌های جدول ۳ نشان داد که تعداد کل شناسه‌های ثبت شده توسط پژوهشگر و همکار ۱۲۲ مورد است. از این تعداد، ۵۶ مورد توافق و ۲۳ مورد عدم توافق وجود دارد. از آنجاکه پایایی بالای

۶۰ درصد، قابل قبول است و پایایی کل پژوهش حاضر، ۹۱/۶ درصد به دست آمد؛ بر همین اساس این موضوع نشان دهنده اعتبار قابل قبول است.

جدول ۳. محاسبه پایایی بین دو شناسه گذار

ردیف	عنوان	تعداد کل شناسه‌ها	تعداد توافق	تعداد عدم توافق	پایایی آزمون
۱	مصاحبه چهارم	۳۶	۱۶	۶	۸۹٪
۲	مصاحبه هفتم	۴۶	۲۱	۴	۹۱٪
۳	مصاحبه دهم	۴۰	۱۹	۷	۹۵٪
جمع کل		۱۲۲	۵۶	۲۳	۹۱٪/۶

ماخذ: یافته‌های پژوهش

کدگذاری باز و کدگذاری محوری از متن مصاحبه‌ها

در این بخش به استخراج کدها از متن مصاحبه‌ها پرداخته شد که این فرایند به‌طور کلی به دو مرحله تقسیم می‌شود:

۱. **کدگذاری باز:** محقق در این مرحله به بررسی داده‌ها می‌پردازد و شاخص‌ها یا مفاهیم کلیدی را شناسایی می‌کند. این کار شامل تجزیه و تحلیل دقیق داده‌ها و استخراج نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها است. هدف اصلی این مرحله، جمع‌آوری اطلاعات اولیه و شناسایی موضوعات مهم است که می‌تواند در روند تحقیق تأثیرگذار باشد.

۲. **کدگذاری محوری:** در این مرحله، شاخص‌های شناسایی شده در مرحله قبل به گروه‌های مختلف تقسیم می‌شوند. محقق با توجه به ارتباطات بین این شاخص‌ها، آن‌ها را در مؤلفه‌های منطقی و مرتبط دسته‌بندی می‌کند. این فرایند شامل تحلیل عمیق‌تر و بررسی روابط بین شاخص‌ها است تا مشخص شود کدام شاخص‌ها به یکدیگر وابسته‌اند و چگونه می‌توانند در یک ساختار منسجم قرار گیرند. نام‌گذاری این مؤلفه‌ها نیز بر اساس منطق و عقلانیت انجام می‌شود تا نشان‌دهنده ماهیت و ویژگی‌های آن‌ها باشد.

جدول ۴. کدگذاری داده‌ها در دو مرحله

کد باز	کد محوری
حفاظت از محیط زیست و طبیعت‌گردی مسئولانه	استفاده از شیوه‌های پایدار در گردشگری
توسعه زیرساخت‌های کم‌اثر و متناسب با بافت روستا	
استفاده از فناوری‌های سبز و نوآور	
سازوکارهای تصمیم‌گیری مشارکتی	
همکاری با نهادهای خارجی و دولت	تشکیل کمیته‌های محلی برای تصمیم‌گیری
ارزیابی دوره‌ای عملکرد کمیته و اصلاح ساختارها	
شفافیت در فرایندها و گزارش‌دهی به جامعه محلی	
افزایش آگاهی عمومی درباره جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی روستاها	
راه‌اندازی پایگاه اینترنتی یا برنامه کاربردی اختصاصی برای روستا	همکاری با رسانه‌ها برای ترویج گردشگری
استراتژی‌های ارتباط با رسانه‌ها	
توانمندسازی جامعه محلی در استفاده از رسانه‌ها	
جلوگیری از تحریف تصویر روستا در رسانه‌ها	
ایجاد بسترهای مشارکتی برای ظهور ایده‌ها	
ارائه تسهیلات کم‌بهره برای اجرای ایده‌های برگزیده	تشویق ایده‌های نوآورانه از سوی جامعه محلی
ادغام دانش بومی و فناوری‌های جدید	
شناسایی و معرفی پتانسیل‌های سرمایه‌پذیری	
جذب سرمایه‌گذاران خرد محلی	جذب سرمایه‌گذاری‌های محلی و خارجی
جلب توجه سرمایه‌گذاران بخش خصوصی	
طراحی مدل‌های درآمدی پایدار	
مدیریت ریسک‌های سرمایه‌گذاری	
ایجاد فرصت‌های درآمدزایی برای جامعه محلی	
برنامه‌ریزی و اجرای رویدادها	برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی
مستندسازی تجربیات برای بهبود آینده	
تبلیغات و بازاریابی رویدادها	
روش‌های پردازش و دفع پسماند	
اقتصاد چرخشی و ارزش‌آفرینی	مدیریت پسماند و بازیافت
آموزش و فرهنگ‌سازی	
همکاری با نهادهای دولتی و خصوصی	
توسعه امکانات تفریحی پایدار	
استفاده از مصالح بومی و روش‌های ساخت سنتی	توسعه امکانات اقامتی و تفریحی
استانداردسازی و کیفیت‌گذاری	
بهینه‌سازی محتوا برای شبکه‌های اجتماعی	ایجاد محتوای دیجیتال برای ترویج مقصد
تمرکز بر تجربه‌های منحصره‌فرد قابل ارائه در روستا	

ارائه الگوی کارآفرینی اجتماعی در.....

کد باز	کد محوری
مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌های تخصصی خدمات دانشگاه‌ها به جامعه محلی برنامه‌های کارآموزی و کارورزی دانشجویی سیستم‌های مدیریت هوشمند گردشگری	جلب حمایت از دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی
تشکیل شوراهای مشورتی روستایی متشکل از ذی‌نفعان محلی مشاوره‌های تخصصی از کارشناسان مستقل همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد محیط زیستی سازوکارهای حل اختلاف محلی	مشارکت در تصمیم‌گیری‌های مربوط به حفاظت از منابع
شناسایی نیازها و دغدغه‌های جامعه محلی ایجاد فضای گفتگوی شفاف و دوسویه آموزش و توانمندسازی جامعه محلی	برگزاری جلسات مشورتی با جامعه محلی
شناسایی پتانسیل‌های طبیعی و فرهنگی برای حفاظت تدوین برنامه‌های مدیریت پایدار منابع	ایجاد مناطق حفاظت‌شده و ذخیره‌گاه‌ها
شناسایی جاذبه‌های منحصربه‌فرد روستا طراحی تجربه‌های تعاملی و مشارکتی بسته‌های گردشگری فصلی و رویدادمحور گردشگری داوطلبانه و مسئولیت اجتماعی	طراحی بسته‌های گردشگری خلاقانه
توسعه مشارکت جمعی در پروژه‌های گردشگری دوره‌های تربیت تسهیلگران توسعه روستایی تدوین نظام‌های تشویقی برای مشارکت‌کنندگان برنامه‌های انتقال دانش بین نسلی	تقویت حس تعلق به جامعه
توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی و محلی رستوران‌ها و کافه‌های سنتی، صنایع دستی و سوغات محلی خدمات اطلاعات و پذیرش گردشگران	ایجاد شغل‌های مستقیم در خدمات گردشگری
همکاری‌های درون روستا و بین روستا همکاری با مؤسسه‌های آموزشی و پژوهشی همکاری با نهادهای دولتی و خصوصی تنوع‌بخشی به محصولات و خدمات گردشگری	ایجاد شبکه‌های همکاری با سایر کسب و کارها
گردشگری مجازی و دیجیتال ایجاد برنامه‌های وفاداری برای تشویق بازدیدهای مکرر تقویت گردشگری سلامت و تندرستی	کاهش وابستگی به فصول خاص گردشگری
طراحی و توسعه پارک‌های موضوعی روستایی توسعه زیرساخت‌های سبز و پایدار فضاهای تعاملی و تجربی فناوری و نوآوری در طراحی فضاها	ایجاد فضاهای عمومی و پارک‌ها

کد باز	کد محوری
توسعه مزارع ارگانیک محلی برای تأمین رستوران‌های گردشگری ایجاد مراکز جمع‌آوری و بسته‌بندی صنایع دستی از تولیدکنندگان پراکنده ایجاد سیستم جمع‌آوری و بازیافت زباله‌های گردشگری راه‌اندازی شرکت‌های کوچک طراحی بسته‌بندی محصولات محلی توسعه مراکز مشاوره کشاورزی و دامپروری برای بهبود کیفیت محصولات	فرصت‌های شغلی غیرمستقیم (تأمین‌کنندگان محلی)
ایجاد سیستم مدیریت یکپارچه پذیرش برای کسب و کارهای روستایی مدیریت هوشمند منابع بکارگیری مصالح هوشمند سازگار با محیط زیست در ساخت‌وساز	استفاده از فناوری‌های نوین در خدمات
مدیریت منابع انسانی محلی و کار تیمی روش‌های فروش محصولات و خدمات محلی بازاریابی شبکه‌های اجتماعی برای جذب گردشگر مدیریت جریان نقدی در کسب و کارهای کوچک مدیریت انتظارات گردشگران	آموزش مدیریت کسب و کار و بازاریابی
روش‌های نوین طراحی محصولات سوغاتی کارآموزی در مشاغل گردشگری آموزش کشاورزی و تغذیه گردشگرپسند	کارآموزی و آموزش‌های فنی برای جوانان
توزیع عادلانه منافع اقتصادی سیاست‌های قیمت‌گذاری منصفانه توانمندسازی گروه‌های محروم تأکید بر مدل‌های پایدار نه کمک‌های مقطعی توسعه مشاغل خرد و خانگی	کاهش فقر و نابرابری اقتصادی
احیای میراث فرهنگی تولید محتوای فرهنگی فضاهای فرهنگی مشارکتی	مشارکت جامعه در فعالیتهای فرهنگی
توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل پایدار ناوگان حمل‌ونقل سبز یکپارچه‌سازی سیستم‌های حمل‌ونقل مدیریت هوشمند ترافیک	بهبود سیستم حمل‌ونقل عمومی
آموزش شناخت فرهنگ‌های مختلف گردشگران ایجاد برنامه کاربردی ترجمه فوری با محتوای محلی برگزاری تورهای آموزشی با حضور گردشگران خارجی	ارتقاء مهارت‌های زبان و ارتباطات
خدمات اقامتی متنوع برگزاری تورهای آموزشی (کشاورزی ارگانیک، دامداری سنتی) سازمان‌دهی تورهای ماجراجویانه (کوهنوردی، غارنوردی) ایجاد مراکز خدمات گردشگری چندمنظوره راه‌اندازی برنامه‌های داوطلبانه اکوتوریسم	تنوع منابع درآمدی

ارائه الگوی کارآفرینی اجتماعی در.....

کد باز	کد محوری
شبکه سازی و اشتراک دانش ایجاد صندوق های اعتباری خرد برای اقشار محروم توسعه زیرساخت های اجتماعی	ایجاد مشارکت با سازمان های غیردولتی
برگزاری جلسات چهره به چهره در مکان های عمومی روستا مشارکت گروه های خاص برگزاری جلسات عمومی پیگیری تصمیمات	جلب نقطه نظرها و پیشنهادهای ساکنان در برنامه ریزی
اجاره اقامتگاه های موقت (مانند خانه های محلی، کمپین، چادرهای بوم گردی) برگزاری جشنواره های محلی و فستیوال های روستایی (مانند جشنواره های برداشت محصول) کسب و کارهای حمل و نقل محلی (مانند سرویس های رفت و برگشت به روستا) مراکز عرضه محصولات ارگانیک و محلی (مانند عسل، زعفران، خشکبار)	ایجاد مشاغل فصلی و دائمی
تسهیل صدور مجوزها و قوانین توسعه زیرساخت های گردشگری حمایت مالی و اعتباری ایجاد تشکل های محلی و تعاونی ها	همکاری با دولت محلی برای تسهیل امور
آموزش اکوتوریسم و توسعه پایدار آموزش های پایه گردشگری و مهمان نوازی آموزش ویژه کودکان و نوجوانان روستایی آموزش صنایع دستی و تولیدات محلی	برگزاری دوره های آموزشی برای ساکنان
ماخذ: یافته های پژوهش	

تحلیل محتوا

محققان در این بخش به مطالعه و بررسی متون پرداخته و پس از آشنایی با آن ها، به شناسایی مضامین اصلی اقدام کردند. از آنجاکه داده ها به صورت خلاصه و بدون کلمات اضافی ارائه شده اند، می توان این مضامین را به عنوان کدگذاری باز در نظر گرفت. در مرحله بعد، با توجه به شباهت ها و تفاوت ها، به تفسیر و دسته بندی مضامین پرداختند. این مرحله معادل تعیین مؤلفه ها یا کدگذاری محوری است. شایان ذکر است که مضامین و شاخص های استخراج شده پس از تأیید سه کارشناس در حوزه کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی و گردشگری روستایی، به مرحله دلفی راه پیدا کردند. خلاصه این مراحل در جدول ۵ ذکر شده است.

جدول ۵. شاخص‌های استخراج شده از مطالعات پیشین

منبع	کدگذاری باز	کدگذاری محوری
Abbasi et al., 2020	آموزش مهارت کارآفرینی گردشگری روستایی	آموزش مهارت‌های فنی و حرفه‌ای مرتبط با گردشگری
Ali Akbari et al., 2022	افزایش درآمد و کاهش فقر خانوار روستایی	
Taghdisi & nilforosh, 2021	بالا بردن سطح اشتغال و در نتیجه درآمد روستاییان	
Rafiei et al., 2022	حمایت‌های مالی خیرین برای راه‌اندازی کسب و کاری جدید در زمینه گردشگری روستایی	
Aquino et al., (2018); Dahles et al., (2019); Mohammadi et al., (2022)	ایجاد ثروت اقتصادی	
Hiedari Sarban & Maleki (2014)	ارتقای کیفیت زندگی	
Karpisheh (2019)	تولید دانش فنی و تولید و توزیع درآمد در سطح جامعه	افزایش کیفیت زندگی ساکنان
Soleimani et al., (2020)	حفظ و نگهداشت بافت‌های سنتی با گسترش گردشگری	
Khajehshahkoyee et al., (2013)	رفاه نسبی بالاتر	
Aquino et al., (2018)	ریشه کن کردن مشکلات اجتماعی	
Shaderi et al., (2019); Altinay et al., (2016); Moridsadat & Moamelvand (2020); Pourian et al., (2021); Mododi Arkhudi & Ferdowsi (2023)	عوامل فردی، محیطی، پشتیبانی - حمایتی و اجتماعی - فرهنگی	
Abbasi et al., (2020)	مشاوره کارآفرینی گردشگری روستایی	توسعه محصولات و خدمات جدید
Hesam et al., (2016)	تولید، فروش و بازاریابی تولیدات	
Haarpa (2017)	تقاضا و حمایت صنایع از رقابت در نواحی روستایی	
An & Alarcón (2021)	فعالیت‌های فضای باز	
Mahmoudzadeh & Arjamandian (2017)	فرصت‌های گروه بهداشتی و سلامت	
Davari (2014)	رفع کمبودها و سرانه کاربری‌های خدماتی	ارتقاء خدمات اجتماعی (بهداشت، آموزش)
Briedenhann (2011)	تقویت زیرساخت آموزشی در نواحی روستایی	
Baporikar (2017)	خدمات بهداشتی، خدمات اجتماعی و آموزشی	
Mansoori et al., (2024)	سطح زبان بین‌المللی اعضای هیئت‌علمی و کارکنان و ساختار آموزش عالی پویا و پذیرنده	
Jalili Asl et al., (2021)	میزان تقاضا برای محصولات محلی، صنایع دستی و هنرهای سنتی روستایی	
Bahramipour et al., (2020)	تلاش برای حفظ آداب، سنن، هنر و موسیقی‌های محلی	
Jalili Asl et al., (2021)	سبک معماری و صنایع دستی، نوع پوشش لباس و غذاها	
Asouri & Vatankhah Kalurazi (2015)	فراورده‌های خانگی و ارگانیک	ترویج هنر و صنایع دستی محلی
Farahani et al., (2021); Tudisca et al., (2015); Kamangar & Davoodi (2021)	توسعه صنایع دستی	
Babaei et al., (2023)	آموزش آداب و رسوم روستاییان به گردشگران	

ماخذ: یافته‌های پژوهش

بخش دلفی

بخش دلفی مرحله پس از استخراج کدها از مصاحبه‌ها و بخش تحلیل محتوا است. بر اساس نقطه‌نظرهای خبرگان پس از اضافه شدن عوامل جدید، ۳۹ شاخص برای کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی شناسایی شدند. فهرست امتیازی بر مبنای مقیاس لیکرت (پنج گزینه‌ای) در اختیار کارشناسان حوزه کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی و گردشگری روستایی قرار گرفت. در دور نخست دلفی، از هریک از افراد خواسته شد تا در صورت وجود، دیگر شاخص‌های کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی که در میان عوامل ذکر شده نیامده‌اند را بیان کنند. در این دور، پنج عامل جدید توسط کارشناسان به عوامل قبلی اضافه شد. با افزودن این پنج عامل جدید (تقویت هویت فرهنگی و اجتماعی، تشویق کارآفرینی در میان ساکنان، مهارت‌های خدمات مشتری، ایجاد بازارهای محلی برای محصولات بومی، ارتقاء خدمات عمومی مانند آب و برق)، پرسش‌نامه‌ای جدید برای اعضای پنل برای بار دوم ارسال شد که در این دور شش عامل جدید دیگر نیز اضافه شدند. پس از اضافه شدن این شش عامل جدید (بهبود راه‌های دسترسی به مناطق گردشگری، حفظ منابع طبیعی و حیات وحش، آموزش گردشگران درباره آداب و رسوم محلی، حفظ و ترویج زبان محلی، ایجاد سیستم‌های بازخورد برای ارزیابی خدمات، توسعه تجربیات گردشگری منحصربه‌فرد)، پرسش‌نامه‌ای جدید برای اعضای پنل برای بار سوم ارسال شد. نتایج دور سوم دلفی در جدول ۶ شرح داده شده است. موارد ذکر شده در پرسش‌نامه با توجه به نظر اعضای پنل در دور سوم دلفی، تأیید یا حذف شدند و بر اساس نظر کارشناسان ۵۰ شاخص تأیید شد. در این دور هیچ عامل جدیدی اضافه نشد که نشان دهنده احتمال پایان مراحل دلفی و رسیدن به یک وفاق نظری در پژوهش است.

جدول ۶. توصیف آماری تفصیلی نتایج دور سوم دلفی

ردیف	عامل	میانگین	درصد موافقت	تائید/حذف
۱	استفاده از شیوه‌های پایدار در گردشگری	۵	۱۰۰٪	تائید
۲	تشکیل کمیته‌های محلی برای تصمیم‌گیری	۵	۱۰۰٪	تائید
۳	تقویت هویت فرهنگی و اجتماعی	۵	۱۰۰٪	تائید
۴	همکاری با رسانه‌ها برای ترویج گردشگری	۵	۱۰۰٪	تائید
۵	تشویق ایده‌های نوآورانه از سوی جامعه محلی	۵	۱۰۰٪	تائید
۶	جذب سرمایه‌گذاری‌های محلی و خارجی	۵	۱۰۰٪	تائید
۷	ترویج هنر و صنایع دستی محلی	۵	۱۰۰٪	تائید
۸	بهبود راه‌های دسترسی به مناطق گردشگری	۴.۹	۹۸٪	تائید
۹	افزایش کیفیت زندگی ساکنان (ابعاد اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و محیطی)	۴.۹	۹۸٪	تائید
۱۰	مدیریت پسماند و بازیافت	۴.۹	۹۸٪	تائید
۱۱	برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی	۴.۹	۹۸٪	تائید
۱۲	توسعه محصولات و خدمات جدید	۴.۸	۹۶٪	تائید
۱۳	توسعه امکانات اقامتی و تفریحی	۴.۸	۹۶٪	تائید
۱۴	حفظ منابع طبیعی و حیات وحش	۴.۸	۹۶٪	تائید
۱۵	ارتقاء خدمات اجتماعی (بهداشت، آموزش)	۴.۷	۹۴٪	تائید
۱۶	ایجاد محتوای دیجیتال برای ترویج مقصد	۴.۷	۹۴٪	تائید
۱۷	آموزش گردشگران درباره حفاظت از محیط زیست	۴.۷	۹۴٪	تائید
۱۸	جلب حمایت از دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی	۴.۷	۹۴٪	تائید
۱۹	آموزش گردشگران درباره آداب و رسوم محلی	۴.۷	۹۴٪	تائید
۲۰	ایجاد بازارهای محلی برای محصولات بومی	۴.۶	۹۲٪	تائید
۲۱	مشارکت در تصمیم‌گیری‌های مربوط به حفاظت از منابع	۴.۶	۹۲٪	تائید
۲۲	مهارت‌های خدمات مشتری	۴.۶	۹۲٪	تائید
۲۳	برگزاری جلسات مشورتی با جامعه محلی	۴.۵	۹۰٪	تائید
۲۴	ایجاد مناطق حفاظت‌شده و ذخیره‌گاه‌ها	۴.۵	۹۰٪	تائید
۲۵	طراحی بسته‌های گردشگری خلاقانه	۴.۵	۹۰٪	تائید
۲۶	تقویت حس تعلق به جامعه	۴.۵	۹۰٪	تائید
۲۷	حفظ و ترویج زبان محلی	۴.۴	۸۸٪	تائید
۲۸	ایجاد شغل‌های مستقیم در خدمات گردشگری	۴.۴	۸۸٪	تائید
۲۹	ایجاد شبکه‌های همکاری با سایر کسب و کارها	۴.۴	۸۸٪	تائید
۳۰	ارتقاء خدمات عمومی مانند آب و برق	۴.۳	۸۶٪	تائید
۳۱	کاهش وابستگی به فصول خاص گردشگری	۴.۲	۸۴٪	تائید
۳۲	ایجاد فضاهای عمومی و پارک‌ها	۴.۲	۸۴٪	تائید

ردیف	عامل	میانگین	درصد موافقت	تائید/حذف
۳۳	فرصت‌های شغلی غیرمستقیم (تأمین کنندگان محلی)	۴.۱	۸۲٪	تائید
۳۴	استفاده از فناوری‌های نوین در خدمات	۴.۱	۸۲٪	تائید
۳۵	آموزش مدیریت کسب و کار و بازاریابی	۴.۱	۸۲٪	تائید
۳۶	ایجاد سیستم‌های بازخورد برای ارزیابی خدمات	۴.۰	۸۰٪	تائید
۳۷	کارآموزی و آموزش‌های فنی برای جوانان	۴.۰	۸۰٪	تائید
۳۸	کاهش فقر و نابرابری اقتصادی	۴.۰	۸۰٪	تائید
۳۹	مشارکت جامعه در فعالیت‌های فرهنگی	۴.۰	۸۰٪	تائید
۴۰	آموزش مهارت‌های فنی و حرفه‌ای مرتبط با گردشگری	۳.۹	۷۸٪	تائید
۴۱	بهبود سیستم حمل‌ونقل عمومی	۳.۹	۷۸٪	تائید
۴۲	تشویق کارآفرینی در میان ساکنان	۳.۹	۷۸٪	تائید
۴۳	ارتقاء مهارت‌های زبان و ارتباطات	۳.۸	۷۶٪	تائید
۴۴	تنوع منابع درآمدی	۳.۷	۷۴٪	تائید
۴۵	ایجاد مشارکت با سازمان‌های غیردولتی	۳.۷	۷۴٪	تائید
۴۶	جلب نقطه‌نظرها و پیشنهادهای ساکنان در برنامه‌ریزی	۳.۷	۷۴٪	تائید
۴۷	همکاری با دولت محلی برای تسهیل امور	۳.۳	۶۶٪	تائید
۴۸	ایجاد مشاغل فصلی و دائمی	۳.۲	۶۴٪	تائید
۴۹	توسعه تجربیات گردشگری منحصربه‌فرد	۳.۱	۶۲٪	تائید
۵۰	برگزاری دوره‌های آموزشی برای ساکنان	۳.۰	۶۰٪	تائید

ماخذ: یافته‌های پژوهش

همان طور که از جدول مربوط به نتایج دور سوم دلفی مشخص است، تمامی عوامل کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی که در پرسش‌نامه دور سوم دلفی برای اعضای پنل ارسال شده بود، مورد تأیید قرار گرفتند و هیچ عامل جدیدی نیز از جانب این افراد به لیست مذکور اضافه نشد. بنابراین می‌توان بیان داشت که اعضای پنل دلفی در مورد عوامل کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی به توافق نظری رسیدند. به‌منظور بررسی توافق نظری در مراحل دلفی از ضریب هماهنگی کندال نیز استفاده شد. نتایج مربوط به ضریب هماهنگی کندال در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۷. نتایج بررسی ضریب هماهنگی کندال در دور سوم دلفی

ضریب هماهنگی کندال	دور سوم دلفی	توقف/ادامه مراحل
Kendall's coefficient of concordance	۰/۸۷۱	توقف

ماخذ: یافته‌های پژوهش

با توجه به مقدار به دست آمده و همچنین اضافه نشدن عامل جدید به لیست عوامل کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی در پرسش‌نامه و تأیید کلیه چالش‌ها، می‌توان از دستیابی اعضای پنل دلفی به توافق نظری در مورد عوامل، اطمینان حاصل پیدا کرد. نتایج نشان داد عواملی که در نهایت به‌عنوان عوامل کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی شناسایی شده‌اند، در ده بعد قرار گرفته‌اند.

۱. بعد ایجاد ارزش اجتماعی: افزایش کیفیت زندگی ساکنان، ارتقاء خدمات اجتماعی (بهداشت، آموزش)، تقویت هویت فرهنگی و اجتماعی، کاهش فقر و نابرابری اقتصادی و تقویت حس تعلق به جامعه.

۲. بعد پایداری اقتصادی: تنوع منابع درآمدی، کاهش وابستگی به فصول خاص گردشگری، ایجاد بازارهای محلی برای محصولات بومی، توسعه محصولات و خدمات جدید و جذب سرمایه‌گذاری‌های محلی و خارجی.

۳. بعد حفاظت از محیط زیست: استفاده از شیوه‌های پایدار در گردشگری، مدیریت پسماند و بازیافت، حفظ منابع طبیعی و حیات وحش، آموزش گردشگران درباره حفاظت از محیط زیست و ایجاد مناطق حفاظت‌شده و ذخیره‌گاه‌ها.

۴. بعد فراهم‌سازی فرصت‌های شغلی: ایجاد شغل‌های مستقیم در خدمات گردشگری، فرصت‌های شغلی غیرمستقیم (تأمین‌کنندگان محلی)، کارآموزی و آموزش‌های فنی برای جوانان، تشویق کارآفرینی در میان ساکنان و ایجاد مشاغل فصلی و دائمی.

۵. بعد توسعه مهارت‌ها: برگزاری دوره‌های آموزشی برای ساکنان، ارتقاء مهارت‌های زبان و ارتباطات، آموزش مدیریت کسب و کار و بازاریابی، مهارت‌های خدمات مشتری و آموزش مهارت‌های فنی و حرفه‌ای مرتبط با گردشگری.

۶. بعد همکاری با ذی‌نفعان: ایجاد مشارکت با سازمان‌های غیردولتی، همکاری با دولت محلی برای تسهیل امور، ایجاد شبکه‌های همکاری با سایر کسب و کارها، جلب حمایت از دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی و همکاری با رسانه‌ها برای ترویج گردشگری.

۷. بعد توجه به فرهنگ محلی: ترویج هنر و صنایع دستی محلی، برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی، آموزش گردشگران درباره آداب و رسوم محلی، حفظ و ترویج زبان محلی و مشارکت جامعه در فعالیت‌های فرهنگی.

۸. بعد نوآوری و خلاقیت: توسعه تجربیات گردشگری منحصربه‌فرد، استفاده از فناوری‌های نوین در خدمات، طراحی بسته‌های گردشگری خلاقانه، ایجاد محتوای دیجیتال برای ترویج مقصد و تشویق ایده‌های نوآورانه از سوی جامعه محلی.
۹. بعد مدیریت مشارکتی: تشکیل کمیته‌های محلی برای تصمیم‌گیری، برگزاری جلسات مشورتی با جامعه محلی، جلب نقطه‌نظرها و پیشنهادهای ساکنان در برنامه‌ریزی، ایجاد سیستم‌های بازخورد برای ارزیابی خدمات و مشارکت در تصمیم‌گیری‌های مربوط به حفاظت از منابع.
۱۰. بعد توسعه زیرساخت‌ها: بهبود راه‌های دسترسی به مناطق گردشگری، توسعه امکانات اقامتی و تفریحی، ارتقاء خدمات عمومی مانند آب و برق، ایجاد فضاهای عمومی و پارک‌ها، بهبود سیستم حمل‌ونقل عمومی.

الگوی نهایی

الگوی نهایی به صورت شکل (۲) ارائه شده است که می‌تواند به عنوان یک ابزار مفید برای درک بهتر چگونگی تأثیر شاخص‌های کارآفرینی اجتماعی بر گردشگری روستایی مورد استفاده قرار گیرد. این الگو می‌تواند به تصمیم‌گیرندگان و فعالان گردشگری روستایی کمک کند تا با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، به بهبود فرایندها و افزایش کارایی در کارآفرینی اجتماعی بپردازند. همچنین این مدل می‌تواند به عنوان یک چارچوب برای تحقیقات آینده در این حوزه مورد استفاده قرار گیرد.



شکل ۲. الگوی نهایی کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی، با ترکیب اصول کسب و کار و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به دنبال ایجاد تعادل میان رشد اقتصادی و پاسداشت فرهنگ بومی است. این رویکرد با تأکید بر مشارکت جوامع محلی، فرصت‌های شغلی جدیدی خلق می‌کند و با حفظ محیط زیست و تقویت میراث فرهنگی، به توسعه پایدار روستاها کمک می‌نماید. این مدل از طریق ارائه تجربه‌های اصیل و منحصر به فرد به گردشگران، هم‌زمان به رونق اقتصادی منطقه و افزایش کیفیت زندگی ساکنان منجر می‌شود. قابل توجه آنکه مؤلفه‌های این نوع کارآفرینی از اهمیت یکسانی برخوردار نبوده و بسته به شرایط هر منطقه، برخی عوامل مانند مشارکت جامعه یا حفاظت از محیط زیست می‌توانند نقش پررنگ‌تری ایفا کنند. طبق تحلیل‌های به عمل آمده الگوی کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی، دارای ۱۰ مؤلفه و ۵۰ شاخص است.

ایجاد ارزش اجتماعی در کارآفرینی اجتماعی گردشگری روستایی فرایندی است که در آن فعالیت‌های گردشگری به‌عنوان ابزاری برای ارتقای کیفیت زندگی و رفاه جامعه محلی به کار گرفته می‌شوند. این رویکرد با محوریت سه اصل کلیدی - حفظ هویت فرهنگی، توسعه مشارکتی و پایداری محیطی - به ایجاد تحولات ساختاری در جوامع روستایی می‌پردازد. مطالعات گورسوی و همکاران (Gursoy et al., 2010) و باپوریکار (Baporikar, 2017) نشان دادند که این فرایند نه تنها به کاهش نابرابری‌های اجتماعی منجر می‌شود، بلکه از طریق جذب گردشگران مسئولیت‌پذیر، چرخه‌ای از توسعه پایدار را ایجاد می‌کند که در آن حفاظت از محیط زیست به بخش جدایی‌ناپذیر معیشت جامعه تبدیل می‌شود. برای تحقق عملی ارزش‌های اجتماعی در گردشگری روستایی پیشنهاد می‌شود شوراهایی متشکل از زنان و مردان محلی با مشارکت اهالی روستا تشکیل شود تا نیازها و اولویت‌های جامعه را در پروژه‌های گردشگری تعیین کنند. همچنین دوره‌های آموزشی عملی در زمینه راهنمایی تورهای بومی، مدیریت اقامتگاه‌ها و بازاریابی دیجیتال محصولات محلی برگزار شود. طراحی مسیرهای طبیعت‌گردی با راهنمایان محلی و ایجاد نظام‌های پایش مشارکتی محیط زیست توسط جامعه محلی و در نهایت تأمین مالی خرد برای حمایت از کسب و کارهای گردشگری زنان و جوانان روستایی سایر موارد پیشنهادی است.

این مدل کارآفرینی در بعد پایداری اقتصادی با خلق زنجیره ارزش‌های بومی (از اقامتگاه‌های بوم‌گردی تا بازارهای محلی) وابستگی به اقتصاد تک‌محصولی را کاهش می‌دهد. محمودزاده و ارجمندیان (Mahmoudzadeh & Arjmandian, 2017)، میتریلنا و همکاران (Meitriana et al., 2019) بر این موضوع تأکید داشتند که تنوع‌بخشی به منابع درآمدی - مانند تبدیل محصولات

کشاورزی به تجربه‌های اکوتوریستی - نه تنها نوسانات اقتصادی را کنترل می‌کند، بلکه با جذب گردشگران نسل جدید (مانند مسافران تجربه‌محور) ارزش افزوده بالایی را برای جامعه ایجاد می‌نماید. این نظام اقتصادی مقاوم، از یک سو با جلوگیری از فرار مغزهای روستایی به ثبات جمعیتی کمک می‌کند و از سوی دیگر، با ترویج مصرف کالاهای محلی (اصطلاحاً اقتصاد حلقوی روستایی)، چرخه تولید و مصرف را در همان جغرافیا تکمیل می‌نماید. در نهایت، تلفیق این دو بعد (ارزش اجتماعی و پایداری اقتصادی) به ایجاد اکوسیستمی منجر می‌شود که در آن توسعه گردشگری نه به عنوان هدف، بلکه به عنوان ابزاری برای تحقق تاب‌آوری اجتماعی- اقتصادی جوامع روستایی عمل می‌کند. پیشنهادها برای کاربردی برای این بعد شامل تشکیل تعاونی‌های تخصصی (صنایع دستی، کشاورزی ارگانیک، اقامتگاه‌های بوم‌گردی) با مدیریت جمعی، راه‌اندازی مراکز یکپارچه تبدیل و بسته‌بندی محصولات محلی با استانداردهای گردشگری، طراحی تورهای تجربه‌محور مانند "از مزرعه تا بازار" با نمایش تمام حلقه‌های ارزش به گردشگران، ایجاد سیستم‌های مالی خرد با مشارکت بانک‌های محلی برای حمایت از کسب و کارهای نوپا، تدوین برنامه‌های آموزشی فصلی متناسب با چرخه‌های تولید و تقاضای گردشگری است.

حفاظت از محیط زیست در کارآفرینی اجتماعی گردشگری روستایی نه تنها یک اصل اخلاقی، بلکه پایه‌ای ضروری برای توسعه پایدار محسوب می‌شود. این رویکرد با بهره‌گیری از شیوه‌های نوآورانه مانند استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر، مدیریت پسماند هوشمند و توسعه زیرساخت‌های کم‌تأثیر به حفظ اکوسیستم‌های شکننده روستایی کمک شایانی می‌کند. مطالعات محمودزاده و ارجمندیان (Mahmoudzadeh & Arjmandian, 2017)، گورسوی و همکاران (Gursoy et al., 2010) نشان دادند که پیوند میان گردشگری مسئولانه و حفاظت محیطی می‌تواند از تخریب منابع طبیعی جلوگیری کند. از سوی دیگر، کارآفرینی اجتماعی با تبدیل محیط زیست به یک دارایی اقتصادی-اجتماعی (مانند ایجاد مشاغل مرتبط با اکوتوریسم یا کشاورزی ارگانیک)، هم‌زمان به حفظ طبیعت و ایجاد درآمد برای جوامع محلی منجر می‌شود. برای تحقق توسعه پایدار در گردشگری روستایی پیشنهاد می‌شود اقدامات زیر به صورت مشارکتی اجرا شود. ایجاد ایستگاه‌های بازیافت محلی با آموزش روش‌های تفکیک زباله و تولید کمپوست از پسماندهای آلی که می‌تواند حجم زباله‌ها را کاهش دهد. نصب سیستم‌های خورشیدی کوچک‌مقیاس برای تأمین برق اقامتگاه‌ها و روشنایی معابر با مشارکت مالی جوامع محلی و حمایت سازمان‌های محیط زیست. طراحی مسیرهای طبیعت‌گردی با راهنمایان محلی آموزش‌دیده که ضمن معرفی جاذبه‌ها، اصول

حفاظت از محیط زیست را به گردشگران آموزش می‌دهند. ایجاد مزارع نمونه با روش‌های کشت پایدار که هم منبع درآمد باشند و هم الگویی برای گردشگران کشاورزی. تشکیل گروه‌های داوطلب محلی برای نظارت بر سلامت اکوسیستم و گزارش تخلفات محیط زیستی.

کارآفرینی اجتماعی در بعد اشتغال‌زایی با خلق فرصت‌های شغلی مستقیم و غیرمستقیم، تحولی ساختاری در اقتصاد روستاها ایجاد می‌کند. پژوهش محمودزاده و ارجمندیان (Mahmoudzadeh & Arjmandian, 2017) نشان داد که هر واحد سرمایه‌گذاری در مشاغل گردشگری محلی می‌تواند شغل جدید ایجاد کند. این مدل با ترکیب هوشمندانه مهارت‌های بومی (مانند صنایع دستی) و آموزش‌های تخصصی (مانند مدیریت اقامتگاه‌ها)، نه تنها از مهاجرت روستاییان جلوگیری می‌کند، بلکه با ایجاد حس مالکیت اجتماعی، تاب‌آوری اقتصادی جوامع را افزایش می‌دهد. مطالعات روندی و دوتچ (Roundy & Dutch, 2018)، عباسی و همکاران (Abbasi et al., 2020) نشان دادند که این رویکرد مشارکتی می‌تواند وابستگی به منابع خارجی را کاهش دهد. برای تحقق اشتغال‌زایی مؤثر در چارچوب کارآفرینی اجتماعی گردشگری روستایی، راهکارهای از قبیل طراحی دوره‌های آموزشی ترکیبی با پوشش مهارت‌های فنی و شایستگی‌های بومی، برگزاری مسابقات دوره‌ای برای شناسایی و پرورش ایده‌های نوآورانه گردشگری، ایجاد شبکه‌ای از کارآفرینان موفق محلی، ایجاد فرصت‌های شغلی سازگار با محیط زیست و راه‌اندازی نهادهای مالی خرد پیشنهاد می‌شود.

توسعه مهارت‌های محلی در کارآفرینی اجتماعی گردشگری روستایی، سنگ بنای تحول پایدار این جوامع محسوب می‌شود. این فرایند فراتر از آموزش‌های معمول، به خلق «سرمایه انسانی هوشمند» می‌پردازد که قادر است هم‌زمان با حفظ اصالت‌های فرهنگی، نیازهای بازار گردشگری نوین را پاسخ دهد. برنامه‌های آموزشی تخصصی در زمینه‌هایی مانند مدیریت دیجیتال اقامتگاه‌ها، تفسیر میراث فرهنگی و اکوتوریسم مسئولانه، ضمن ارتقای استانداردهای خدمات، به بازآفرینی هنرها و صنایع دستی بومی می‌انجامد. مطالعات عباسی و همکاران (Abbasi et al., 2020)، بهرام‌پور و همکاران (Bahramipour et al., 2020)، جلیلی اصل و همکاران (Jalili Asl et al., 2021) نشان دادند که ایجاد شبکه‌های یادگیری جمعی بین کارآفرینان محلی می‌تواند بهره‌وری اقتصادی را افزایش دهد. برای ارتقای مهارت‌های جامعه محلی در راستای توسعه پایدار گردشگری، راهکارهای عملی ایجاد مراکز آموزشی دائمی در روستاها با برنامه‌های آموزشی ترکیبی (حضور و مجازی)، طراحی کارگاه‌های مشترک برای تبادل دانش میان نسل قدیم و جدید، راه‌اندازی سامانه‌های دیجیتال

محلی برای اشتراک‌گذاری دانش و تجربیات میان کارآفرینان روستایی، اجرای دوره‌های کارورزی در کسب و کارهای گردشگری موفق با حمایت مالی نهادهای محلی و برگزاری رویدادهای رقابتی برای شناسایی و تشویق استعدادهای برتر محلی پیشنهاد می‌شود.

جامعه محلی به‌عنوان عاملان خرد بومی و تصمیم‌گیران اصلی، سازمان‌های مردم‌نهاد به‌عنوان تسهیلگران ظرفیت‌سازی، دانشگاه‌ها به‌عنوان مراکز تولید دانش بومی شده، دولت به‌عنوان تنظیم‌گر هوشمند سیاست‌ها، و بخش خصوصی به‌عنوان موتور نوآوری و سرمایه‌گذاری می‌تواند با هم همکاری کنند. پژوهش فروهرفر و همکاران (Forouharfar et al., 2019) نشان داد که این همگرایی چندذی‌نفعی می‌تواند هزینه‌های توسعه را کاهش داده و ماندگاری پروژه‌ها را سه برابر نماید؛ به‌ویژه زمانی که این همکاری‌ها در قالب «کنسرسیوم‌های توسعه محلی» نهادینه شود، می‌تواند به خلق مدل‌های کسب و کار ترکیبی بینجامد که هم ارزش اقتصادی و هم سرمایه اجتماعی خلق کنند. برای تحقق همکاری مؤثر بین ذی‌نفعان اصلی گردشگری روستایی، ایجاد کمیته‌های تخصصی محلی متشکل از ریش‌سفیدان و جوانان تحصیل‌کرده هر روستا، انجمن‌های علمی-کاربردی با مشارکت دانشگاه‌های منطقه‌ای و مراکز تحقیقاتی، شبکه‌های پشتیبانی مالی شامل صندوق‌های خرد محلی و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی، کارگروه‌های نظارتی متشکل از سازمان‌های مردم‌نهاد و دستگاه‌های اجرایی و در نهایت مراکز نوآوری روستایی برای توسعه فناوری‌های مناسب محلی پیشنهاد می‌شود.

توجه به فرهنگ محلی در کارآفرینی اجتماعی گردشگری روستایی، نه تنها به‌عنوان یک مزیت رقابتی، بلکه به‌عنوان هسته اصلی توسعه پایدار عمل می‌کند. این رویکرد با تبدیل میراث فرهنگی ناملموس (مانند آداب و رسوم، هنرهای سنتی و دانش بومی) به محصولات و تجربیات گردشگری منحصربه‌فرد، هم‌زمان به حفظ هویت محلی و ایجاد ارزش اقتصادی می‌پردازد. مطالعات بهرام‌پور و همکاران (Bahramipour et al., 2020)، گورسوی و همکاران (Gursoy et al., 2010)، جلیلی اصل و همکاران (Jalili Asl et al., 2021) نشان دادند که جوامعی که موفق به خلق «اقتصاد فرهنگی» شده‌اند، بیشتر از دیگران توانسته‌اند گردشگران باکیفیت را جذب نمایند. برای بهره‌گیری مؤثر از سرمایه‌های فرهنگی در توسعه گردشگری روستایی، راهکارهایی از قبیل ایجاد کارگاه‌های زنده صنایع دستی با امکان مشارکت گردشگران، برگزاری جشنواره‌های فصلی با محوریت آیین‌های محلی، توسعه تورهای روایت‌محور با راهنمایان بومی آموزش‌دیده، دوره‌های تخصصی مدیریت تجربیات فرهنگی برای راهنمایان محلی، کارگاه‌های بازآفرینی صنایع دستی با طراحی

معاصر، ایجاد تعاونی‌های تولید و فروش محصولات فرهنگی، توسعه رستوران‌های محلی با منوی روایت‌محور و طراحی اقامتگاه‌های موضوعی با معماری بومی پیشنهاد می‌شود.

خلاقیت و نوآوری در این حوزه با خلق مدل‌های ترکیبی جدید، مرزهای سنتی گردشگری روستایی را جابجا می‌کند. به عنوان مثال، تلفیق صنایع دستی با تجربیات دیجیتال (مانند واقعیت‌افزوده در نمایش آثار) یا توسعه اکوتوریسم مبتنی بر دانش بومی نمونه‌هایی از این نوآوری‌ها هستند. بهرام پور و همکاران (Bahramipour et al., 2020) و فروهرفر و همکاران (Forouharfar et al., 2019) بر این امر تأکید دارند که این‌گونه اقدامات ابتکاری می‌تواند به ارزش‌افزوده فعالیت‌های گردشگری بیفزاید. فناوری‌های دیجیتال نیز در این زمینه نقش تسهیل‌گر را ایفا می‌کنند، از سامانه‌های رزرو برخط گرفته تا برنامه‌های کاربردی راهنمای هوشمند محلی که امکان شخصی‌سازی تجربه سفر را فراهم می‌آورند. برای تحقق نوآوری و خلاقیت در گردشگری روستایی، راهکارهای عملی ایجاد فضاهای کار اشتراکی مجهز به امکانات دیجیتال، برگزاری دوره‌های طراحی تفکر خلاق برای کارآفرینان محلی، توسعه برنامه‌های کاربردی سفیران محلی برای معرفی جاذبه‌ها، طرح‌های حمایتی برای استارت‌آپ‌های فناورانه محلی، ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین نوآوران روستایی و شهری، توسعه اکوتوریسم درمانی با استفاده از دانش بومی، ایجاد بازارهای مجازی صنایع دستی با داستان‌سرایی دیجیتال پیشنهاد می‌شود.

مدیریت مشارکتی در کارآفرینی اجتماعی گردشگری روستایی، الگویی تحول‌آفرین است که با ایجاد سازوکارهای تصمیم‌گیری جمعی، تمامی ذی‌نفعان شامل جامعه محلی، کارآفرینان و نهادهای دولتی را در یک چارچوب دموکراتیک گرد هم می‌آورد. مطالعه میترانیا و همکاران (Meitriana et al., 2019) نشان داد، این شیوه مدیریت می‌تواند احتمال موفقیت بلندمدت طرح‌های گردشگری را افزایش دهد؛ چراکه هم‌زمان به حفظ سرمایه‌های فرهنگی - طبیعی و ایجاد راهکارهای بومی برای چالش‌های محلی می‌پردازد. برای مدیریت مشارکتی جمعی مؤثر در گردشگری روستایی، راهکارهای عملی ایجاد ساختارهای تصمیم‌گیری متشکل از نمایندگان تمام گروه‌های ذی‌نفع، طراحی سازوکارهای رأی‌گیری مشارکتی با سهم‌بندی عادلانه، توسعه طرح‌های کسب و کار جمعی با مشارکت فعال جامعه، ایجاد بانک ایده‌های محلی برای پروژه‌های توسعه، تشکیل تیم‌های نظارتی متشکل از اعضای جامعه محلی، طراحی سیستم گزارش‌دهی شفاف و دسترس‌پذیر، کارگاه‌های حل مسئله مشارکتی و دوره‌های توانمندسازی زنان و جوانان پیشنهاد می‌شود.

رویکرد کارآفرینی اجتماعی با پیوند هوشمندانه میان نیازهای گردشگران و ظرفیت‌های محلی، الگویی نوین را در حوزه توسعه زیرساخت‌ها ارائه می‌دهد. پژوهش حسینی‌نیا و همکاران (Hosseininia et al., 2021) بر این نکته تأکید دارند که زیرساخت‌های گردشگری در مناطق روستایی باید بر سه اصل استوار باشند: اولویت‌بندی مبتنی بر مشارکت محلی (مانند انتخاب مکان‌های اقامتی بر اساس نظر جامعه)، تطابق با ویژگی‌های اکولوژیک (استفاده از مصالح بومی و انرژی‌های پاک)، و انعطاف‌پذیری چندکارکردی (مانند تبدیل مراکز فرهنگی به فضای اقامتی در فصل‌های کم‌گردشگر). برای تحقق توسعه زیرساخت‌های همسو با اصول کارآفرینی اجتماعی، راهکارهای عملی برگزاری کارگاه‌های مشترک با جامعه محلی برای نیازسنجی و اولویت‌بندی پروژه‌ها، طراحی نقشه‌های توسعه با مشارکت فعال زنان و جوانان روستایی، استفاده از مصالح بومی و روش‌های سنتی بهینه شده، بکارگیری انرژی‌های تجدیدپذیر در تأسیسات گردشگری، ایجاد تعاونی‌های تخصصی ساخت و نگهداری زیرساخت‌ها، توسعه مشاغل مرتبط با مدیریت و بهره‌برداری از تأسیسات، تشکیل کمیته‌های نظارتی متشکل از نمایندگان محلی، طراحی شاخص‌های ترکیبی اقتصادی-اجتماعی-زیست‌محیطی و اجرای ارزیابی‌های دوره‌ای مشارکتی پیشنهاد می‌شود.

منابع

1. Abbasi, M., Sajjadi, J., Abdollahi, A. & Razavian, M. (2020). Explaining the factors affecting the development of rural tourism entrepreneurship in Iran. *Tourism Management Studies*, 15(52), 1-26. <https://doi.org/10.22054/tms.2020.46417.2204> [In Persian]
2. Ali Akbari, S., Ghasemi, M. & Shayan, H. (2022). Investigating the effects of silkworm breeding home businesses on rural economy (Case study: Bojnourd County), National Conference on Knowledge-Based Agricultural Economics and Entrepreneurship, 10-27. Available at: <https://profdoc.um.ac.ir/paper-abstract-1092086.html>. [In Persian]
3. Altinay, L., Sigala, M. & Waligo, V. (2016). Social value creation through tourism enterprise. *Tourism Management*, 54, 404-417. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.12.011>
4. An, W., & Alarcón, S. (2021). Rural tourism preferences in Spain: Best-worst choices. *Annals of Tourism Research*, 89, 103210. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103210>
5. Aquino, R.S., Lück, M. & Schänzel, H.A. (2018). A conceptual framework of tourism social entrepreneurship for sustainable community development.

-
- Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 23–32. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.09.001>.
6. Austin, J., Stevenson, H., Skillern, J. & Affiliations, V. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>.
 7. Babaei Farsani, M., Amindoust, A. & Alidadi, A. (2018). Designing an open innovation model in active small and medium sized enterprises through grounded theory (Case study: Food industries in Chaharmahal & Bakhtiari province). *Strategic Management of Organizational Knowledge*, 1(2), 95-136. <https://doi.org/10.22111/jmr.2019.24228.3848>. [In Persian]
 8. Babaei, M.H., Afsharzadeh, N., Ghasemi, J. & Karimian, N. (2023). Analysis of the effects of tourism entrepreneurship on rural development (Case study: Rural areas of Rijab district in Kermanshah province). *Journal of Entrepreneurship Research*, 2(3), 89-111. <https://doi.org/10.22034/jer.2023.1985978.1020> [In Persian]
 9. Babakhanzadeh, E. & Lotfi, S. (2013). An investigation of tourism impact on Qouri Qaleh village. *Tourism Management Studies*, 7(20), 81-116. <https://doi.org/10.22054/tms.2013.3983>. [In Persian]
 10. Bahramipour, A., Mostaghimi, M.R., Hoseini, S.M.R. & Shojaei, S. (2020). Identify the dimensions and components of tourism entrepreneurship in order to achieve sustainable rural development. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 7(2), 19-30. doi:10.22069/jead.2021.18726.1445. [In Persian]
 11. Baporikar, N. (2017). Boundaries and challenges for social entrepreneurship. In I. Management Association (Ed.), *Entrepreneurship: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, 379-399. Hershey, PA: IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-1923-2.ch017>.
 12. Briedenhann, J (2011). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas- vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 12, 1. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00063-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00063-3).
 13. Dahles, H., Khieng, S., Verver, M. & Manders, R. (2019). Social entrepreneurship and tourism in Cambodia: Advancing community engagement. *Journal of Sustainable Tourism*. 1-18. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1706544>
 14. Davari, M. (2014). From the improvement of worn-out textures to sustainable rural development, National Conference on Sustainable Rural Development on the Horizon, Isfahan, Isfahan Tourism Development Company. Available at: <https://civilica.com/doc/319570>. [In Persian]

15. Dees, J. (2011). The Meaning of social entrepreneurship 1,2. Ebook Published. <https://doi.org/10.4324/9781351278560>.
16. Fallah Tafti, H., Doozandehziabary, F. & Nabil, A. (2023). Assessing social entrepreneurship criteria in rural tourism development: A case study of Gilan province. *Social Studies in Tourism*, 22(11), 309-340. <https://doi.org/10.52547/journalitor.35766.11.22.309>. [In Persian]
17. Farahani, H., Bayazidi, S., Jahansoozi, M. & Broki Milan, A. (2021). Evaluation of barriers to tourism entrepreneurship development in rural areas (Case study: Tourism target villages - Chaldoran county, Iran). *Journal of Research and Rural Planning*, 10 (1), 25-42. Available at: <https://civilica.com/doc/1682967>. [In Persian]
18. Forouharfar, A., Rowshan, S.A. & Salarzahi, H. (2019). The relationship between social entrepreneurship and sustainable development from the social experts' points of view. *Journals of Environmental Education and Sustainable Development*, 7(4), 69-82. <https://doi.org/10.30473/ee.2019.6059>. [In Persian]
19. Ghaderi, E., Karoubi, M., Mahmoudzadeh, S.M. & Mansouri, A. (2024). Designing a social entrepreneurship model in the tourism industry emphasizing the entrepreneurship of the disabled. *Journal of Tourism and Development*, 13(2), 1-23. <https://doi.org/10.22034/jtd.2023.388136.2749>. [In Persian]
20. Gholamrezaee, S., & Rahimi Faizabad. F. (2019). Mechanisms of the university's role in the development of social entrepreneurship. Second National Conference on Institutionalizing Entrepreneurship in Sustainable Development with a Higher Education Approach. Mullasani: Khuzestan University of Agricultural Sciences and Natural Resources, November 12. Available at: <https://civilica.com/l/10297>. [In Persian]
21. Gursoy, D., Chi, C.G. & Dyer. P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of sunshine coast australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381-94. <https://doi.org/10.1177/004728750934685>.
22. Haarpa, E. (2017). Macroeconomic analysis of the compititive factors which influence innovation in rural entrepreneurship. *Procedia Engineering*, 181, 965 – 968. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.02.494>.
23. Hesam, M., Rezvani, M., Faraji Sabokbar, H. and Bastani, S. (2016). Assessment of tourism entrepreneurship development in rural areas (case study: villages of Larijn). *Human Geography Research*, 48(4), 603-616. <https://doi.org/10.22059/jhgr.2016.51279>. [In Persian]
24. Hiedari Sarban, V., & Maleki, A. (2014). Assessment of rural tourism in the social empowerment of the Ziarat village's residents from Bavanat city in

- the province of Farce. *The Journal of Community Development (Rural-Urban)*, 6(2), 279-298. <https://doi.org/10.22059/jrd.2014.54324>. [In Persian]
25. Hosseini, G.H., & Aliabadi, V. (2021). The model design for tourism entrepreneurship entrepreneurial ecosystem growth in the rural environment of Iran from the perspective of experts. *Iranian Agricultural Extension and Education Journal*, 17(0), 195-213. <https://doi.org/20.1001.1.20081758.1400.17.0.15.9>. [In Persian]
26. Jalili Asl, H., Fallah, A., Oladi, J. & Hosseini, S. (2021). Prioritization of environmental, economic, social and technical indicators of rural ecotourism using of multi- criteria decision making techniques. *Journal of Community Development (Rural and Urban)*, 12(2), 501-527. <https://doi.org/10.22054/tms.2018.9449>. [In Persian]
27. Kamangar, S., & Davoodi, A. (2021). The role of tourism on the development of border areas of Kermanshah province (Case study: Oramanat region). *Journal of border Science and technology*, 10(1), 31-55. Available at: <https://sid.ir/paper/409799/en>. [In Persian]
28. karpisheh, L. (2019). Tourism-Based Social Entrepreneurship Development. *Geography and Human Relationships*, 2(3), 476-487. Available at: https://www.gahr.ir/article_104096.html. [In Persian]
29. Khajehshahkoyee, A., Khoshfar, G. & Karimi, L. (2013). The role of tourism on empowerment of the rural women (Case study: Ziyarat rural of Gorgan). *Journal of Tourism Planning and Development*, 1(3), 106-125. Available at: https://journals.umz.ac.ir/article_463.html. [In Persian]
30. Mahmoudzadeh, S.M., & Arjmandian, S. (2017). Identifying and ranking of the entrepreneurial opportunities in rural tourism (Case study: Ab Ask village). *Journal of Tourism Planning and Development*, 6(20), 131-149. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2017.1491>. [In Persian]
31. Mansoori, S., & Rezaei, M. & Ramazani, D. (2024). Scientific tourism development: An interpretative structural model for Iran's higher education landscape. *Management and Educational Perspective*, 5(4), 169-192. <https://doi.org/10.22034/jmep.2023.399095.1202>. [In Persian]
32. Marjani, T., & Sadri, S.S. (2014). Development of social entrepreneurship; problems, effective factors, and solutions. *Organizational Culture Management*, 12(2), 277-297. <https://doi.org/10.22059/jomc.2014.51184>. [In Persian]
33. Meitriana, M.A., Suwendra, I.W., Indrayani, L. & Suwena, K.R. (2019). The effect of social entrepreneurship on the welfare of the village community. *Advances in Economics, Business and Management Research*. 103, 1-18. <https://doi.org/10.2991/teams-19.2019.31>.

34. Mododi Arkhudi, M., & Ferdowsi S. (2023). Identifying the factors affecting the empowerment of rural tourism destinations (Case: Lorestan province). *Journal of Applied Researches in Geographical Sciences (JARGS)*, 23(69), 239-258. <https://doi.org/10.61186/jgs.23.69.239>. [In Persian]
35. Mohammadi, S., Jahanian, M. & Pur Taheri, M. (2022). Examining the impact of social entrepreneurship on economic development, emphasizing the role of rural tourism as a mediator (Case study: North Khorasan Province). *Journal of Tourism Planning and Development*, 11(42), 139-164. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2023.23418.3687>. [In Persian]
36. Moridsadat, P., & Moamelvand, S. (2020). The factors affecting sustainable entrepreneurship development in rural tourism (Case study: Goleyan rural district, Tonekabon county). *Researches in Earth Sciences*, 10(4), 91-107. <https://doi.org/10.52547/esrj.10.4.91>.
37. Mottiar, Z., Boluk, K. & Kline, C. (2018). The roles of social entrepreneurs in rural destination development. *Annals of Tourism Research*, 68, 77-88. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.12.001>.
38. Pine, B.J., & Gilmore, J.H. (1999). The experience economy: Work is theatre & every business a stage. Harvard Business School Press, Available at:
https://www.researchgate.net/publication/292752215_The_experience_economy_work_is_theatre_every_business_a_stage_goods_and_services_are_no_longer_enough.
39. Pourian, A., Zivyar, P., Estelaji, A. & Barani Pesyan, V. (2021). Studying the fields of entrepreneurial development of rural tourism (Case study: Rural areas of Karaj county). *Geography (Regional Planning)*, 10(41), 141-157. <https://doi.org/10.1001.1.22286462.1399.11.1.9.3>. [In Persian]
40. Putnam, R.D. (2000). Bowling Alone: The collapse and revival of American community. Simon & Schuster. <http://dx.doi.org/10.1145/358916.361990>.
41. Rafiei, S., monshizadeh, R. & moridsadat, P. (2022). Explaining the effect of social capital indicators of local residents on rural tourism entrepreneurship (Case study: Soltanieh tourism center - Katlekhore cave). *Researches in Earth Sciences*, 13(3), 139-158. <https://doi.org/10.48308/esrj.2022.101330>. [In Persian]
42. Roundy, P., & Dutch, F. (2018). Dynamic capabilities and entrepreneurial ecosystems: The micro-foundations of regional entrepreneurship. *The Journal of Entrepreneurship*, 1-27. <https://doi.org/10.1177/097135571881029>.
43. Sakti, P., Abdi Jamiraan, A., Hosseini, & Arabi, A. (2015). The role of the tourism industry with an entrepreneurial perspective, the second

- international conference on new ideas in management, economics and accounting, Singapore. <https://doi.org/10.22059/jhgr.2022.323222.1008294>. [In Persian]
44. Scoones, I. (1998). Sustainable rural livelihoods: A framework for analysis, IDS Working Paper 72, Brighton: IDS. Available at: https://www.researchgate.net/publication/270588972_Sustainable_Rural_Livelihoods_A_Framework_for_Analysis_IDS_Working_Paper_72.
45. Shaderi, E., Alighi Roshan, S., & Sohrabi, F. (2019). Disruption of factors affecting the development of rural tourism entrepreneurship in Chabahar city. *Space Economy and Rural Development Quarterly*, 8(2), 171-188. Available at: <http://serd.khu.ac.ir/article-1-3406-fa.html>. [In Persian]
46. Soleimani, Z., Sahneh, B. & Khajeh Shahkoobi, A.R. (2020). Analysis of preserving traditional and valuable textures and its role in physical development of tourist attraction villages (Case study: Villages of Gorgan). *Geography and Human Relationships*, 3(2), 120-135. <https://doi.org/10.22034/gahr.2020.247911.1444>. [In Persian]
47. Soltaninejad, M., & Vathoghi, L. (2014). Investigating entrepreneurial capacities in tourism (case study: Kerman province), National Conference on Culture, Tourism and Urban Identity, Mehr Andisheh Arfa Institute. Available at: <https://sid.ir/paper/826319/fa>. [In Persian]
48. Taghdisi, A. and nilforosh, M. (2021). Explaining the effect of home-based businesses on economic structure from the perspective of villagers with a structural equation modeling approach (Case study: Rural areas of Isfahan province). *Rural Development Strategies*, 8(1), 71-85. Available at: <https://www.magiran.com/p2288849>. [In Persian]
49. Tudisca, S., Di Trapani, A.M., Donia, E., Sgroi, F. & Testa, R. (2015). The market reorientation of farms: The case of olive growing in the Nebrodi area. *Journal of Food Products Marketing*, 21(2), 179-192. <https://doi.org/10.1080/10454446.2013.843484>.

