



University of
Sistan and Baluchestan

Geography and Territorial Spatial Arrangement

Print ISSN: 2345 - 2277

Online ISSN: 2783 - 5278



Association of Geography
and Planning
of Border Areas of Iran

Modeling the Impact of Creative Tourism on Rural Sustainable Entrepreneurship Development (Case Study: Damghan County)

Aliakbar Anabestani^{1✉}, Halimeh Binaieyan², Pegah Moridsadat³, Jamileh Tavakolinia⁴

1. Professor in Department of Human Geography and Spatial Planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

✉ E-mail: a_anabestani@sbu.ac.ir

2. Ph.D. Candidate in Geography and Rural Planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

E-mail: aanabestani@yahoo.com

3. Assistant Prof. in Department of Human Geography and Spatial Planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

E-mail: p_moridsadat@sbu.ac.ir

4. Associate Prof. in Department of Human Geography and Spatial Planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

E-mail: j_tavakolinia@sbu.ac.ir



How to Cite: Anabestani, A; Binaieyan, H; Moridsadat, P; & Tavakolinia, J. (2025). Modeling the Impact of Creative Tourism on Rural Sustainable Entrepreneurship Development (Case Study: Damghan County). *Geography and Territorial Spatial Arrangement*, 15 (56), 29-38.

DOI: <http://dx.doi.org/10.22111/GATJ.2025.51255.3269>

Article type:

Research Article

Received:

24/02/2025

Received in revised form:

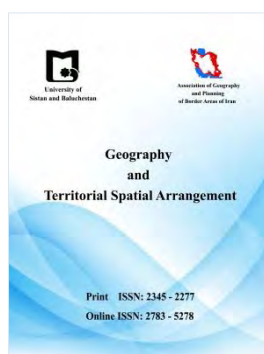
08/06/2025

Accepted:

10/06/2025

Publisher online:

17/06/2025



ABSTRACT

Creative tourism, as a part of the vast tourism industry, can play a significant role in empowering local people, diversifying economic growth, and creating new job opportunities in rural areas related to sustainable rural entrepreneurship and other economic sectors. Therefore, the present study examines the effects of creative tourism on the development of sustainable entrepreneurship. The research methodology is quantitative and descriptive-analytical. The statistical population of the study consists of the households in the villages of Damghan County, which includes 30,296 households. To calculate the sample size, 291 households were selected using the Cochran formula. The statistical methods in this study were carried out using correlation and regression analysis with SPSS software. Additionally, due to the non-normality of the data, the Structural Equation Modeling (SEM) approach was used with the Partial Least Squares (PLS) method in SMART PLS4 software. The results of the Kendall's Tau correlation test indicate a positive and significant relationship between creative tourism and the development of rural sustainable entrepreneurship, with a correlation coefficient of 0.664. Furthermore, the structural equation results show that creative tourism has a positive impact on rural sustainable entrepreneurship, with a T-value of 10.581 and a path coefficient of 0.641. Additionally, the stepwise regression model results demonstrate that, overall, creative tourism has a positive and significant effect on sustainable entrepreneurship, with the handicrafts variable having the highest impact (0.684), and information and advertising having the least impact (0.116). This research adds value to the literature on rural development and tourism by filling a research gap in the empirical relationship between creative tourism and sustainable entrepreneurship in rural areas. Furthermore, the findings can serve as a basis for policymaking in the field of creative tourism development, entrepreneurship planning, and the empowerment of local communities.

Keywords:

Creative tourism, Sustainable entrepreneurship, Structural equations, Damghan County.



© the Author(s).

Publisher: University of Sistan and Baluchestan

Extended Abstract

Introduction

Tourism, as one of the world's largest service industries, plays a significant role in economic growth and job creation. Among its emerging approaches, creative tourism offers unique experiences and two-way interaction between tourists and host communities, turning into an effective tool for diversifying the rural economy. On the other hand, sustainable rural entrepreneurship, as a strategic solution, can reduce challenges such as unemployment, migration, and poverty in rural areas and contribute to improving quality of life. The linkage between creative tourism and sustainable entrepreneurship creates new potential for socio-economic development in rural communities.

In Iran—particularly in regions such as Damghan County—despite abundant natural and cultural advantages, leveraging these potentials has faced challenges. This study aims to explain the mechanisms through which creative tourism impacts the development of sustainable rural entrepreneurship in Damghan. The innovation of the study lies in presenting a localized conceptual framework that can serve as a basis for policymaking, planning, and sustainable development of targeted rural areas, fostering both economic efficiency and social sustainability.

Material and Methods

The present study is quantitative in its approach and applied in terms of its objective. Methodologically, it is considered a descriptive-analytical study. To collect data, both documentary and field methods were utilized. In the documentary method, the required information was gathered from various sources such as books, scientific articles, statistical yearbooks, maps, and reputable websites. In the field method, data were collected and analyzed using questionnaires. Previous studies on creative tourism and its impact on sustainable entrepreneurship were also reviewed and employed.

To ensure the validity of the research instrument, the opinions of university professors were obtained, and necessary revisions were made before final approval. The reliability of the questionnaire was assessed using Cronbach's alpha coefficient, which was calculated at 0.979—indicating a high level of reliability for the measurement tool. The reliability of each indicator is also presented separately in Table 1. The research variables were measured using a five-point Likert scale, ranging from "Very Low" (1) to "Very High" (5).

For data analysis, both descriptive statistics (such as mean and standard deviation) and inferential statistics (including correlation and regression analysis) were conducted using SPSS software. Additionally, Structural Equation Modeling (SEM) was carried out using SMART PLS4 software.

Result and Discussion

This study examined the status of creative tourism and sustainable entrepreneurship indicators in the study area. Data were analyzed using descriptive statistics (mean, standard deviation), Kendall's Tau-b test, and Structural Equation Modeling (SEM) with Smart PLS4 software. Descriptive results showed that the overall mean for creative tourism (2.39) and sustainable entrepreneurship (2.41) were below average, indicating a need for improvement. Within creative tourism, handicrafts and local customs performed relatively well, while attractions and investment required more attention. Economically and institutionally, sustainable entrepreneurship was also underdeveloped.

Analytical findings showed a positive and significant relationship between creative tourism and sustainable entrepreneurship (Kendall's Tau = 0.664). Stepwise regression revealed that six components of creative tourism—including handicrafts, creative class, investment, and innovation—had a significant effect on sustainable entrepreneurship. Handicrafts had the highest impact ($\beta = 0.684$), while information dissemination had the least.

SEM modeling confirmed model fitness indicators ($T > 1.96$, $R^2 > 0.33$, $Q^2 > 0.35$). The path coefficient between creative tourism and sustainable entrepreneurship was 0.641. All dimensions of creative tourism had significant impacts on sustainable entrepreneurship components, with the institutional-organizational dimension being the most influential. Overall, the findings indicate that developing creative tourism—particularly through strengthening handicrafts, the creative class, and infrastructure—can significantly enhance sustainable entrepreneurship in rural areas.

Conclusion

This study investigated the impact of creative tourism on sustainable entrepreneurship in the rural areas of Damghan County, Semnan Province. Results revealed a significant and positive relationship between creative

tourism and sustainable entrepreneurship. Kendall Tau-b test showed that enhancing creative tourism components also boosts rural sustainable entrepreneurship. In stepwise regression, the handicrafts variable alone explained 46.8% of the variance in sustainable entrepreneurship. Adding investment, creative class, tourism innovation, local customs, and information dissemination raised the model's explanatory power to 78.3%. In the final model, handicrafts had the strongest influence ($\beta = 0.684$), while information dissemination had the weakest ($\beta = 0.116$).

Using SEM in Smart PLS 4, the main research hypothesis—positive impact of creative tourism on sustainable entrepreneurship—was confirmed. The main innovation of this study is a new analytical model that, in addition to economic, social, and environmental aspects, emphasizes the role of informal social networks and local interactions in shaping sustainable businesses. The findings align with those of Deller (2019), Booth et al. (2019), Sá (2019), and Zhou (2023).

At the local level, handicrafts, the creative class, and local customs play a key role in enhancing sustainable entrepreneurship in Damghan's villages. By offering a new framework, this study can guide policymakers, local institutions, and entrepreneurs in promoting sustainable development in rural areas. Nevertheless, limitations such as difficulty accessing respondents and limited generalizability to other regions should be considered.

Key words: Creative tourism, Sustainable entrepreneurship, Structural equations, Damghan County.

References

- Motiei Langroudi, S.H. (2006). The role of tourism in Iranin rural economy. *Journal of Geographical Sciences*, 1(3), 7-29. (In Persian)
<https://academics.uma.ac.ir/Files/Publication/10187/10187.pdf>
- Afren, S. (2024). The role of digital marketing promoting tourism business. A study of use of the social media in prompting travel. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 21(01), 272-287.
<https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.21.1.2668>
- Aggarwal, S., Pahuja, A., & Sharma, R. (2019). Samriddhii: A case of integrated social entrepreneurship in Bihar. *International Journal of Indian Culture and Business Management*, 19(1), 22-36.
<https://doi.org/10.1504/IJICBM.2019.097994>
- Apine, E., Turner, L. M., Rodwell, L. D., & Bhatta, R. (2019). The application of the sustainable livelihood approach to small-scale fisheries: The case of mud crab *Scylla serrata* in southwest India. *Ocean & Coastal Management*, 170, 17-28.
<https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2019.01.003>
- Bakas, F. E., Duxbury, N., & Vinagre de Castro, T. (2019). Creative tourism: Catalysing artisan entrepreneur networks in rural Portugal. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 731-752.
<https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2019-0135>
- Baruti, M. M., Johansson, E., & Yahia, M. W. (2020). Urbanites' outdoor thermal comfort in the informal urban fabric of warm-humid Dar es Salaam, Tanzania. *Sustainable Cities and Society*, 62, 102380.
<https://doi.org/10.1016/j.scs.2020.102380>
- Bawa, K. S., Joseph, G., & Setty, S. (2007). Poverty, biodiversity, and institutions in forest-agriculture ecotones in the Western Ghats and Eastern Himalaya ranges of India. *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 121(3), 287-295.
<https://doi.org/10.1016/j.agee.2006.12.005>
- Blapp, M., & Mitas, O. (2018). Creative tourism in Balinese rural communities. *Current Issues in Tourism*, 21(11), 1285-1311.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1297223>
- Booth, P., Chaperon, S. A., Kennell, J. S., & Morrison, A. M. (2020). Entrepreneurship in island contexts: A systematic review of the tourism and hospitality literature. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102438.

<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102438>

Booyens, I., & Rogerson, C. M. (2015, December). Creative tourism in Cape Town: An innovation perspective. In *Urban Forum* (Vol. 26, pp. 405-424). Springer Netherlands.

<https://doi.org/10.1007/s12132-015-9273-2>

Brouder, P. (2012). Creative outposts: Tourism's place in rural innovation. *Tourism Planning and Development*, 9(4), 383-396.

<https://doi.org/10.1080/21568316.2012.722034>

Cano, J. A., & Londoño-Pineda, A. (2020). Scientific literature analysis on sustainability with the implication of open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 162.

<https://doi.org/10.3390/joitmc6040162>

Castanho, R. A., Santos, C., & Couto, G. (2023). Creative tourism in islands and regional sustainable development: What can we learn from the pilot projects implemented in the Azores territory?. *Land*, 12(2), 498.

<https://doi.org/10.3390/land12020498>

Castanho, R. A., Santos, C., & Couto, G. (2023). Creative tourism in islands and regional sustainable development: What can we learn from the pilot projects implemented in the Azores territory?. *Land*, 12(2), 498.

<https://doi.org/10.3390/land12020498>

Chipfupa, U., & Wale, E. (2018). Farmer typology formulation accounting for psychological capital: Implications for on-farm entrepreneurial development. *Development in Practice*, 28(5), 600-614.

<https://doi.org/10.1080/09614524.2018.1474680>

Cohen, F., Hepburn, C. J., & Teytelboym, A. (2019). Is natural capital really substitutable?. *Annual Review of Environment and Resources*, 44, 425-448.

<https://doi.org/10.1146/annurev-environ-101718-033141>

Couto, G., Castanho, R. A., & Santos, C. (2023). Creative and rural tourism, public policies and land use changes: A multi-method approach towards regional sustainable development in Azores Islands. *Sustainability*, 15(6), 5152.

<https://doi.org/10.3390/su15065152>

Cronjé, D. F., & du Plessis, E. (2020). A review on tourism destination competitiveness. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 256-265.

<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.02.003>

Cunha, C., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. (2020). Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems?. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 215-226.

<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.01.003>

De Guzman, M. R. T., Kim, S., Taylor, S., & Padasas, I. (2020). Rural communities as a context for entrepreneurship: Exploring perceptions of youth and business owners. *Journal of Rural Studies*, 80, 45-52.

<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.09.007>

Deller, S., Kures, M., & Conroy, T. (2019). Rural entrepreneurship and migration. *Journal of Rural Studies*, 66, 30-42.

<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.11.003>

Deng, X., & Bai, X. (2014). Sustainable urbanization in western China. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 56(3), 12-24.

<https://doi.org/10.1080/00139157.2014.914402>

- Devi, S. V. (2015). A study on tourist satisfaction and their preference to act as responsible tourist for sustainable tourism. *International Journal on Global Business Management & Research*, 3(2), 65.
<https://www.proquest.com/openview/54c3b68f6e1a67d5d7f2a7d4a666aa93>
- Díaz, D., & Chong, M. D., Chong, E. D. (2019). Effect of rural entrepreneurship and innovation adoption in the reduction of inequalities. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 4(1), 268-290.
- Duarte, M., Dias, Á., Sousa, B., & Pereira, L. (2023). Lifestyle entrepreneurship as a vehicle for leisure and sustainable tourism. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(4), 3241.
<https://doi.org/10.3390/ijerph20043241>
- Ekanem, I., Jackson, T., & Munasuonyo, A. (2021). The effect of militancy on local and informal enterprises in developing countries: Evidence from Niger Delta. *Journal of African Business*, 22(4), 532-549.
<https://doi.org/10.1080/15228916.2021.1931285>
- Ellis, F. (2000). *Rural livelihoods and diversity in developing countries*. Oxford University Press.
- Elnabawi, M. H., & Hamza, N. (2020). Behavioural perspectives of outdoor thermal comfort in urban areas: A critical review. *Atmosphere*, 11(1), 51.
<https://doi.org/10.3390/atmos11010051>
- Escandón-Barbosa, D. M., Urbano, D., Hurtado-Ayala, A., & Dominguez, A. Z. (2019). Formal institutions, informal institutions and entrepreneurial activity: A comparative relationship between rural and urban areas in Colombia. *Journal of Urban Management*, 8(3), 458-471.
<https://doi.org/10.1016/j.jum.2019.06.002>
- Falk, T., Bock, B., & Kirk, M. (2009). Polycentrism and poverty: Experiences of rural water supply reform in Namibia. *Water Alternatives*, 2(1), 115.
- Holden, E., Linnerud, K., & Banister, D. (2017). The imperatives of sustainable development. *Sustainable Development*, 25(3), 213-226.
<https://doi.org/10.1002/sd.1623>
- Hui, K. L., Teo, H. H., & Lee, S. Y. T. (2007). The value of privacy assurance: An exploratory field experiment. *MIS quarterly*, 19-33.
<https://www.jstor.org/stable/25148779>
- Humberg, K., & Braun, B. (2014). Social business and poverty alleviation: Lessons from Grameen Danone and Grameen Veolia. In *Social business* (pp. 201-223). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Igwe, P. A., Rahman, M., Odunukan, K., Ochinanwata, N., Egbo, P. O., & Ochinanwata, C. (2020). Drivers of diversification and pluriactivity among smallholder farmers—evidence from Nigeria. *Green Finance*, 2(3), 263-283.
<https://doi.org/10.3934/GF.2020.3.263>
- Ineda, A. L., & Cerón, J. G. C. (2019). Evaluation of sustainable development in the sub-regions of Antioquia (Colombia) using multi-criteria composite indices: A tool for prioritizing public investment at the subnational level. *Environmental Development*, 32, 100442.
<https://doi.org/10.1016/j.envdev.2019.100442>
- Kabir, S., Radović-Marković, M., Grozdanić, R., Akther, R., & Kvrđić, G. (2012). The impact of capital mix on rural women entrepreneurs: An evidence from Bangladesh. *Metallurgia Internacional*.
- Kallmuenzer, A., Kraus, S., Peters, M., Steiner, J., & Cheng, C. F. (2019). Entrepreneurship in tourism firms: A mixed-methods analysis of performance driver configurations. *Tourism Management*, 74, 319-330.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.04.016>

- Kallmuenzer, A., Kraus, S., Peters, M., Steiner, J., & Cheng, C. F. (2019). Entrepreneurship in tourism firms: A mixed-methods analysis of performance driver configurations. *Tourism Management*, 74, 319-330.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.04.016>
- Kamarudin, K. H., Untari, R., & Rashid, M. F. (2020). Sustaining rural livelihood through entrepreneurship and creative village development: Malaysia and Indonesia experience. *Scientific Papers: Management, Economic Engineering in Agriculture & Rural Development*, 20, 303-309.
- Korsgaard, S., Müller, S., & Tanvig, H. W. (2015). Rural entrepreneurship or entrepreneurship in the rural—between place and space. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(1), 5-26.
<https://doi.org/10.1108/IJEBR-10-2013-0191>
- Lang, R., & Fink, M. (2019). Rural social entrepreneurship: The role of social capital within and across institutional levels. *Journal of Rural Studies*, 70, 155-168.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.04.001>
- Li, P. Q., & Kovacs, J. F. (2022). Creative tourism and creative spaces in China. *Leisure Studies*, 41(2), 180-197.
<https://doi.org/10.1080/02614367.2021.1935681>
- Lopes, H. S., Remoaldo, P. C., Ribeiro, V., & Martín-Vide, J. (2021). Perceptions of human thermal comfort in an urban tourism destination—A case study of Porto (Portugal). *Building and Environment*, 205, 108246.
<https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2021.108246>
- Lusambili, A. M., Nyanja, N., Chabeda, S. V., Temmerman, M., Nyaga, L., Obure, J., & Ngugi, A. (2021). Community health volunteers challenges and preferred income generating activities for sustainability: A qualitative case study of rural Kilifi, Kenya. *BMC Health Services Research*, 21(1), 1-9.
<https://doi.org/10.1186/s12913-021-06264-1>
- Mahale, G., Kotur, R., & Byadgi, S. (2011). Women empowerment sustainable livelihood through income generating activities. *Textile Trends*, 54(8), 39-42.
- Meng, Q. U. (2022). Socially engaged art tourism, in-migrants micro-entrepreneurship, and peripheral island revitalization. *Wakayama Tourism Review*, 3, 17-19.
- Mishra, O. (2021). Principles of frugal innovation and its application by social entrepreneurs in times of adversity: An inductive single-case approach. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(4), 547-574.
<https://doi.org/10.1108/JEEE-09-2020-0201>
- Mishra, O., Sharma, R., & Agrawal, B. (2020). Facilitating women prosperity with higher purpose at Vyomini. *South Asian Journal of Business and Management Cases*, 9(2), 198-207.
<https://doi.org/10.1177/2277977920915937>
- Mohammadi, A., Moharrer, M., & Babakhanifard, M. S. (2019). The business model and balanced scorecard in creative tourism: The ultimate strategy boosters. *Current Issues in Tourism*, 22(17), 2157–2182. (in persian)
<https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1655179>
- Molina-Maturano, J., Speelman, S., & De Steur, H. (2020). Constraint-based innovations in agriculture and sustainable development: A scoping review. *Journal of Cleaner Production*, 246, 119001.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119001>
- Muhamad, S., Ali, N., Jalil, A. B. D. U. L., Man, M., & Kamarudi, S. (2017). A sustainable e-business model for rural women: A case study. *Journal of Sustainable Science and Management*, 3, 130-140. (in persian)
- Nandy, P., & Aminul Islam, M. (2010). Climate resilient coastal zone development in Bangladesh: Participatory governance for common resources management. In *Management and sustainable development of coastal zone environments* (pp. 58-72). Springer Netherlands.

https://doi.org/10.1007/978-1-4020-9196-4_6

Nwosu, I. I., Onoyima, R. O., Madu, I. A., & Nwokocha, V. C. (2019). The socioeconomic effects of small-scale women businesses in broom production and marketing industry: A panacea for sustainable development. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 13(3), 283-295.

<https://doi.org/10.1108/JEC-03-2018-0034>

Pato, M. L., & Teixeira, A. A. (2016). Twenty years of rural entrepreneurship: A bibliometric survey. *Sociologia Ruralis*, 56(1), 3-28.

<https://doi.org/10.1111/soru.12082>

Pawlusiński, R., & Kubal, M. (2018). A new take on an old structure? Creative and slow tourism in Krakow (Poland). *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16(3), 265-285.

<https://doi.org/10.1080/14766825.2017.1415254>

Poon, J. P., Thai, D. T., & Naybor, D. (2012). Social capital and female entrepreneurship in rural regions: Evidence from Vietnam. *Applied Geography*, 35(1-2), 308-315.

<https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2012.05.004>

Qu, M., & Zollet, S. (2023). Neo-endogenous revitalisation: Enhancing community resilience through art tourism and rural entrepreneurship. *Journal of Rural Studies*, 97, 105-114.

<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.01.010>

Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253.

<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>

Richards, G. (2019). Creative tourism: Opportunities for smaller places? *Tourism & Management Studies*, 15(1S1), 7-10.

<https://doi.org/10.18089/tms.2019.151S11>

Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 1-11.

<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103059>

Richards, G. (2021). Business models for creative tourism. *Journal of Hospitality & Tourism*, 19(1), 1-13.

<https://doi.org/10.1108/JHTI-04-2020-0154>

Richards, G., & Cooper, C. (2018). The creative economy, entertainment and performance. In S. Volo, W. C. Gartner, & N. Scott (Eds.), *SAGE handbook of tourism management: Applications of theories and concepts to tourism* (Vol. 2, pp. 315-327). Sage Publications.

Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS NEWS*, 23, 16-20.

Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209-1223.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.10.016>

Sá, E., Casais, B., & Silva, J. (2018). Local development through rural entrepreneurship, from the Triple Helix perspective: The case of a peripheral region in northern Portugal. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 698-716.

<https://doi.org/10.1108/IJEBr-01-2017-0037>

Salman, D., & Uygur, D. (2010). Creative tourism and emotional labor: An investigatory model of possible interactions. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 186-197.

<https://doi.org/10.1108/17506181011053294>

Sati, M. C., & Juyal, R. P. (2008). A gender approach to sustainable rural development of mountains. *Mountain Research and Development*, 28(1), 8-12.

<https://doi.org/10.1659/mrd.0974>

Scoones, I. (1998). Sustainable rural livelihoods: A framework for analysis. *Institute of Development Studies Working Paper* 72.

Seyfi, S., & Hall, C. M. (2020). Political transitions and transition events in a tourism destination. *International Journal of Tourism Research*, 22(4), 493-506.

<https://doi.org/10.1002/jtr.2355>

Shahraki, H., & Heydari, E. (2019). Rethinking rural entrepreneurship in the era of globalization: Some observations from Iran. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 42.

<https://doi.org/10.1186/s40497-019-0181-9>

Shaker, R. R. (2015). The spatial distribution of development in Europe and its underlying sustainability correlations. *Applied Geography*, 63, 304-314.

<https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2015.06.009>

Singh, R., Gupta, V., & Mondal, A. (2012). Jugaad—From ‘Making Do’ and ‘Quick Fix’ to an innovative, sustainable and low-cost survival strategy at the bottom of the pyramid. *International Journal of Rural Management*, 8(1-2), 87-105.

<https://doi.org/10.1177/097300521200800206>

Smith, R. J. (2015). Ending poverty in Mongolia: From socialism to social development. *International Journal of Social Welfare*, 24(2), 159-169.

<https://doi.org/10.1111/ijsw.12108>

Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D., & Skuras, D. (2004). Rural entrepreneurship in Europe: A research framework and agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 10(6), 404-425.

<https://doi.org/10.1108/9781786350260-005>

Sutter, C., Bruton, G. D., & Chen, J. (2019). Entrepreneurship as a solution to extreme poverty: A review and future research directions. *Journal of Business Venturing*, 34(1), 197-214.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.07.003>

Tabares, A. (2017). International entrepreneurship under an institutional regulative dimension: A cross-national study. *Revista Espacios*, 38(52), Article 52.

Tan, S. K., Luh, D. B., & Kung, S. F. (2014). A taxonomy of creative tourists in creative tourism. *Tourism Management*, 42, 248-259.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.004>

UNWTO (United Nations World Tourism Organisation). (2016). *Tourism highlights*. Retrieved from

<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>

Utami, D. D., Dhewanto, W., & Lestari, Y. D. (2023). Rural tourism entrepreneurship success factors for sustainable tourism village: Evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2180845.

<https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2180845>

Utami, D. D., Dhewanto, W., & Lestari, Y. D. (2023). Rural tourism entrepreneurship success factors for sustainable tourism village: Evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2180845.

<https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2180845>

Wattanacharoensil, W., & Sakdiyakorn, M. (2016). The potential of floating markets for creative tourism: A study in Nakhon Pathom province, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(sup1), S3-S29.

<https://doi.org/10.1080/10941665.2016.1170854>

Wijayanto, G., Bilgies, A. F., Rivai, Y., Rama, R., & Novandalina, A. (2024). Exploration of Experience-Based Marketing Strategies in Building Customer Engagement and Improving Retention: A Case Study in the Tourism and Travel Industry. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 5(4), 468-477.

<https://doi.org/10.31933/dijemss.v5i4.2486>

World Travel and Tourism Council. (2019). Travel & tourism economic impact 2019 world. London: Author .

<https://wttc.org/research/economic-impact>

Zhou, L., Cheng, X., Wall, G., & Zhang, D. (2023). Entrepreneurial networks in creative tourism place-making: Dali village, Wuhan, China. *Tourism Geographies*, 25(1), 220-242.

<https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2060564>

Zhu, Y., Lan, H., Ness, D. A., Xing, K., Schneider, K., Lee, S. H., & Ge, J. (2014). *Transforming rural communities in China and beyond: Community entrepreneurship and enterprises, infrastructure development and investment modes*. Springer.

<https://doi.org/10.1007/978-3-319-05850-7>

Zolfani, S. H., Sedaghat, M., Maknoon, R., & Zavadskas, E. K. (2015). Sustainable tourism: A comprehensive literature review on frameworks and applications. *Economic Research - Ekonomska Istraživanja*, 28(1), 1-30.

<https://doi.org/10.1080/1331677X.2015.1032276>





مدل‌سازی اثرگذاری گردشگری خلاق بر توسعه کارآفرینی پایدار روستایی (نمونه موردی: شهرستان دامغان)

علی اکبر عناستانی^۱، حلیمه بینائیان^۲، پگاه مریدسادات^۳، جمیله توکلی‌نیا^۴

مقاله پژوهشی

چکیده

گردشگری خلاق به‌عنوان جزئی از صنعت عظیم گردشگری، می‌تواند نقش عمده‌ای در توانمندسازی مردم محلی و تنوع بخشی به رشد اقتصادی و همچنین خلق فرصت‌های شغلی جدید در فضاهای روستایی در ارتباط با کارآفرینی پایدار روستایی و سایر بخش‌های اقتصادی ایفا کند؛ از این‌رو پژوهش حاضر به بررسی اثرات گردشگری خلاق بر توسعه کارآفرینی پایدار می‌پردازد. پژوهش حاضر از نوع کمی بوده و به روش توصیفی-تحلیلی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق، خانوارهای روستاهای شهرستان دامغان به تعداد ۳۰۲۹۶ خانوار می‌باشد. برای محاسبه حجم نمونه در بین خانوارها، با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۹۱ نمونه انتخاب گردید. روش‌های آماری در این پژوهش با استفاده از تحلیل همبستگی و رگرسیون با استفاده از نرم‌افزار «SPSS» انجام شده است. علاوه بر این به دلیل نرمال نبودن داده‌ها، از مدل معادلات ساختاری (SEM) با استفاده از روش حداقل مربعات جزئی از نرم‌افزار (SMART PLS) استفاده شد. نتایج آزمون آماری همبستگی «کنندال توبی» نشان می‌دهد که بین گردشگری خلاق و توسعه کارآفرینی پایدار روستایی با میزان (۰/۶۶۴) رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد به این معنی که هرچه گردشگری خلاق افزایش یابد، توسعه کارآفرینی پایدار نیز افزایش می‌یابد. همچنین نتایج حاصل از معادلات ساختاری نشان می‌دهد که گردشگری خلاق با مقدار $T(10/581)$ و مقدار ضریب مسیر (۰/۶۴۱) بر کارآفرینی پایدار روستایی تأثیر مثبتی دارند. علاوه بر این نتایج مدل رگرسیونی گام‌به‌گام نشان می‌دهد که به‌طور کلی، گردشگری خلاق تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی پایدار دارد به‌طوری‌که متغیر صنایع دستی با (۰/۶۸۴) بیشترین تأثیر و اطلاع‌رسانی و تبلیغات با (۰/۱۱۶) کمترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی پایدار داشته است. این پژوهش با پر کردن خلأ مطالعاتی در زمینه ارتباط تجربی بین گردشگری خلاق و کارآفرینی پایدار در نواحی روستایی، ارزش افزوده‌ای به ادبیات توسعه روستایی و گردشگری می‌افزاید. همچنین یافته‌ها می‌تواند به‌عنوان مبنایی برای سیاست‌گذاری در حوزه توسعه گردشگری خلاق، برنامه‌ریزی کارآفرینی و توانمندسازی جوامع محلی مورد استفاده قرار گیرد.

جغرافیا و آمایش شهری-منطقه‌ای
پاییز ۱۴۰۴، سال ۱۵، شماره ۵۶
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۰۶
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۳/۱۸
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۲۰
انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۳/۲۷
صفحات: ۶۶-۲۹



واژه‌های کلیدی:
گردشگری خلاق، کارآفرینی پایدار، معادلات ساختاری، شهرستان دامغان.

مقدمه

گردشگری یکی از بزرگ‌ترین صنایع خدماتی است (Wijayanto et al., 2024) و جزء مهمی از اقتصاد بسیاری از کشورهای جهان در مراحل مختلف توسعه به‌شمار می‌رود (UNWTO, 2019; WTTC, 2019; Seyfi & Hall, 2020). با وجود لغو مقررات خطوط هوایی، پیشرفت‌های تکنولوژیکی، ظهور تجارت الکترونیک و تغییرات جمعیتی، صنعت سفر و گردشگری همچنان به ایجاد مشاغل مستقیم و غیر مستقیم ادامه خواهد داد که به نوبه خود می‌تواند

منجر به افزایش تولید ناخالص داخلی (GDP) در اقتصاد جهانی شود (Hui et al., 2007). بهبودهای صورت گرفته در صنعت گردشگری نه تنها به خود این صنعت کمک می کند بلکه فرصت های متنوعی را برای بخش های وابسته مانند: خرده فروشی، ساخت و ساز و حمل و نقل فراهم می سازد (Wijayanto et al., 2024). همچنین، علاقه روزافزون مردم به سفر، همراه با افزایش درآمدهای قابل تصرف گردشگران، تقاضا برای کیفیت بالاتر خدمات را افزایش داده است (Devi., 2015). بنابراین، گسترش گردشگری در مقیاس جهانی به عنوان یک بخش راهبردی برای توسعه اجتماعی-اقتصادی و منطقه ای، نیاز به برنامه ریزی گردشگری پایدارتر را برجسته کرده (Elnabawi & Hamza., 2020) و تا سال ۲۰۲۱ به یک عامل اصلی برای چندین اقتصاد محلی و ملی تبدیل شده است. (Baruti & Johansson, 2020; Lopes et al., 2021) انتظار می رود صنعت گردشگری با سرعتی برابر با ۳.۳ درصد در سال رشد کند و تا سال ۲۰۳۰ به ۱.۸ میلیارد گردشگر برسد. (UNWTO., 2017; Cronjé & du Plessis., 2020) این رشد در تعداد گردشگرانی که از جاذبه های گردشگری مختلف در جهان بازدید می کنند، باعث افزایش گردشگری خلاق در بین جاذبه های گردشگری می گردد (Cronjé & du Plessis, 2020; Afren, 2024).

گردشگری خلاق از جمله راهبردهایی است که در چند دهه اخیر برای متنوع ساختن اقتصاد جوامع و توسعه پایدار مطرح شده است (Brouder, 2012; Mohammadi et al. 2019; Pawlusiński & Kubal, 2018; Richards, 2018, 2020). اکثر کشورهای جهان این نوع گردشگری را به عنوان راهبردی نوین برای توسعه اجتماعی-اقتصادی، احیا و بازسازی نواحی روستایی مد نظر قرار داده اند. این امر به ویژه در کشورها و مناطقی که گزینه های محدودی برای توسعه دارند، بیشتر مورد توجه قرار گرفته است (Cano and LondoñoPineda 2020; Londoño-Pineda and Cano, 2022). همچنین گردشگری خلاق به عنوان جزئی از صنعت عظیم گردشگری می تواند نقش عمده ای در توانمندسازی مردم محلی و تنوع بخشی به رشد اقتصادی و همچنین خلق فرصت های شغلی جدید در فضاهای روستایی و در ارتباط با سایر بخش های اقتصادی ایفا کند زیرا نقش مهمی در جهت دهی به فعالیت های اقتصادی و کمک به افزایش درآمد جامعه محلی دارد (Hateftabar, 2020)؛ از این رو گردشگری خلاق به عنوان یک فعالیت اقتصادی، نه تنها به ایجاد و مدیریت سرگرمی در اوقات فراغت می پردازد بلکه به ایجاد زمینه هایی برای کسب تجارب جدید و منحصر به فرد برای گردشگران کمک می کند. بررسی ها نشان می دهد که گردشگران به دنبال تجربه هایی خلاق و جدید برای تغییر در روند زندگی خود می باشند (Castanho et al, 2023) از سویی دیگر، رشد رقابتی و توسعه محصولات فرهنگی تکراری، کار را برای بازاریابان مقاصد گردشگری دشوار ساخته است (Li & Kovacs, 2022). مباحث اخیر مانند اقتصاد خلاق (Bakas et al. 2019) صنایع خلاق و طبقه خلاق (Richards, 2021) مسیر گردشگری را به سوی گردشگری خلاق سوق داده است (Huang et al. 2019; Thimm, 2014; Wang et al. 2020) از دیدگاه اقتصادی واضح است که گردشگری نیاز دارد تا به صورت خلاقانه و تعاملی تر خواسته ها و نیازهای گردشگر معاصر را برآورده سازد (Bakas et al. 2019). گردشگری خلاق نیز مسلماً مسیر فرار از تکرارهای زنجیره وار در فرهنگ سنتی گردشگری را فراهم ساخته و با ارائه تجارب انعطاف پذیر و اصیل می تواند همکاری ایجاد شده بین میزبان و گردشگران خلاق را در راستای کارآفرینی پایدار روستایی محکم تر سازد (Blapp & Mitas, 2018; Duarte et al. 2023; Salman & Uygur, 2010).

در عصر حاضر، یکی از مهم ترین راه حل ها برای توسعه پایدار روستایی، توسعه کارآفرینی پایدار روستایی است (Apine et al. 2019). امروزه کارآفرینی پایدار به عنوان یک استراتژی در توسعه و شکوفایی جوامع انسانی، به

جایگزینی تبدیل شده است (Cohen et al. 2019) که از طریق آن تمام عوامل، منابع و امکانات یک جامعه خودبه خود و با قرار گرفتن در معرض یک فرآیند تکاملی به منظور دستیابی به آرمان‌های اجتماعی بالا برای منشأ اثرات اجتماعی - اقتصادی مثبت آماده شده است (Kallmuenzer et al, 2020). کارآفرینی پایدار روستایی به عنوان یک پدیده اجتماعی - اقتصادی متأثر از عوامل مختلف است (Cunha et al, 2020) به گونه ای که کارشناسان توسعه کارآفرینی پایدار معتقدند که کارآفرینی پایدار نیروی اصلی توسعه اقتصادی در روستاها است که به همراه تغییر، نوآوری و خدمات تولیدی است. (Blapp & Mitas, 2020) همچنین کارآفرینی پایدار یکی از فعالیت‌هایی است که می‌تواند بسیاری از چالش‌های عمده (بیکاری، درآمد پایین، عدم تنوع اقتصادی و ...) را در مناطق روستایی حل کند و اثرات مثبتی بر دیگر جنبه‌های زندگی روستاییان داشته باشد. (Bakas et al, 2019). به طور خاص، کارآفرینی پایدار می‌تواند توسعه اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی را در مناطق روستایی ارتقا دهد (Chipfupa and Wale, 2018). از آنجایی که مناطق روستایی در مواقع بحران بیشترین آسیب را می‌بینند، کارآفرینی پایدار به یک فرصت شغلی ممکن برای ساکنان روستایی تبدیل می‌شود و می‌تواند به پیشرفت و پایداری اقتصادی - اجتماعی چنین مناطقی کمک کند (Kabir et al. 2012).

در اقتصاد ایران نیز گردشگری خلاق روستایی می‌تواند با توجه به گوناگونی محیطی و مزیت‌های نسبی موجود در آن به عنوان یکی از عرصه‌های تنوع‌بخشی به اقتصاد روستایی مد نظر قرار گیرد. در شرایطی که بسیاری از فعالیت‌های اقتصاد روستایی و سطح درآمد کشاورزی، طی دهه‌های اخیر دچار افول شدید شده و افزایش نرخ بیکاری و در نتیجه خروج نسل جوان و تحصیلکرده از جامعه روستایی، توسعه روستاها را به مخاطره انداخته است اگر توسعه گردشگری خلاق به طور کامل در نواحی روستایی طرح‌ریزی شود، می‌توان تا حدودی این مناطق را از رکود و انزوا خارج نمود و موجب تنوع فرهنگی و گسترش توسعه روستایی و کشاورزی شد (مطیعی لنگرودی، ۱۳۸۵) اما گردشگری به طور عام و گردشگری خلاق روستایی به طور خاص به علت وجود تقاضاهای جدید گردشگران و نیاز به تنوع محصولات و خدمات گردشگری، زمین‌های برای توسعه کسب و کارها، به ویژه کسب و کارهای کوچک و متوسط و توسعه کارآفرینی پایدار فراهم می‌آورد، به همین علت امروزه کارآفرینی پایدار در گردشگری خلاق روستایی اهمیت روزافزونی یافته و به عنوان نیروی محرکه این صنعت مورد توجه قرار گرفته است (Escandón- Barbosa et al. 2019; Lang and Fink 2019; Utami et al, 2023). بنابراین توسعه مناطق گردشگری روستایی نیازمند مشارکت قابل توجهی از سوی کسب و کارهای خانوادگی و کارآفرینان گردشگری است؛ به عبارت دیگر توسعه گردشگری خلاق روستایی با کارآفرینی پایدار مرتبط است و می‌تواند به رشد اقتصادی و بهبود کیفیت زندگی کمک کند. علی‌رغم تأکید پژوهش‌های پیشین بر نقش کارآفرینی پایدار در توسعه گردشگری خلاق، عمده این مطالعات بر یک یا چند بُعد خاص تمرکز داشته و از ارائه چهارچوبی تلفیقی و بومی شده برای تحلیل این ارتباط در بستر روستاهای ایران غفلت شده‌اند؛ از این رو پژوهش حاضر با تمرکز بر پیوندهای میان مؤلفه‌های کارآفرینی پایدار و گردشگری خلاق، در پی آن است تا چهارچوبی مفهومی و تحلیلی را برای تبیین این رابطه در زمینه‌ای اجتماعی - فرهنگی طراحی نماید. نوآوری این تحقیق در ارائه الگویی بومی‌سازی شده و زمینه‌محور است که می‌تواند به سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه توسعه روستایی یاری رساند.

روستاهای شهرستان دامغان در استان سمنان با وجود تاریخ غنی و دارا بودن بناهای تاریخی فراوان، موفقیت چندانی در جذب گردشگر نداشته‌اند و نتوانسته‌اند هیچ درآمدی در این زمینه کسب کنند. علاوه بر این و با وجود

این که دامغان در محدوده جغرافیایی قرار گرفته که به کویر، جنگل و دیگر منابع طبیعی مانند: غارها، چشمه‌های آب معدنی، آبشارها و دیگر جاذبه‌های طبیعی که دارای ظرفیت توسعه کارآفرینی پایدار و گردشگری خلاق است، دسترسی نزدیکی دارد اما از این منابع طبیعی جهت کسب درآمد از طریق ایجاد کارآفرینی و توسعه گردشگری بهره‌ای نبرده است. همچنین قرار گرفتن این شهرستان در مسیر جاده تهران - مشهد فرصتی بالقوه برای کسب درآمد محسوب می‌شود که به آن توجه زیادی نشده است. در مجموع می‌توان گفت شهرستان دامغان دارای روستاهای زیادی است که دارای قابلیت‌های بالایی جهت توسعه کارآفرینی و گردشگری می‌باشند که این امر می‌تواند فرصت خوبی جهت ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را در قالب کارآفرینی پایدار در راستای گردشگری خلاق برای روستاهای شهر دامغان فراهم کند. همچنین با در نظر گرفتن مشکلاتی که در زمینه اشتغال و کمبود درآمد در روستاهای این شهرستان وجود دارد، می‌توان از قابلیت‌ها و فرصت‌های بالقوه موجود در روستاهای این شهرستان در زمینه کارآفرینی و گردشگری خلاق استفاده نمود و این فرصت‌ها را شناسایی کرد. ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در قالب توسعه کارآفرینی گردشگری خلاق در نواحی روستایی این شهرستان راهکاری است که می‌تواند منجر به جلب توجه گردشگران، مسافران و بازاریان از مناطق مختلف شود. با توجه به اهمیت گردشگری خلاق و مسائل مرتبط با عناصر مختلف در روستاهای شهر دامغان، تحلیل تأثیر گردشگری خلاق بر کارآفرینی پایدار روستایی در این شهر امری ضروری است. با توجه به اهمیت این مقوله، مسئله اصلی این پژوهش بدین شکل طرح می‌شود که چگونه و براساس چه مکانیسم و مدلی، گردشگری خلاق بر توسعه کارآفرینی پایدار روستایی تأثیر می‌گذارد؟

مبانی نظری

گردشگری خلاق: اصطلاح "گردشگری خلاق" که توسط ریچاردز و ریموند^۱ (۲۰۰۰) ابداع شد به‌عنوان نوعی گردشگری یادگیری محور تعریف می‌شود که در آن گردشگران از طریق مشارکت در فعالیت‌های محلی، مهارت‌های خاصی را می‌آموزند و با مردم و فرهنگ محلی ارتباط برقرار می‌کنند (Richards & Raymond, 2000). این نوع گردشگری به‌ویژه در دهه‌های اخیر به‌عنوان نسل سوم گردشگری، پس از گردشگری سواحل و گردشگری تاریخی - فرهنگی، رشد زیادی داشته است (Bakas et al., 2019; Booyens & Rogerson, 2015; Richards, 2011). گردشگری خلاق به‌عنوان مدلی پایدارتر از گردشگری شناخته می‌شود که به گردشگران این امکان را می‌دهد تا توانایی‌های بالقوه خلاق خود را از طریق تجارب عملی و یادگیری مهارت‌های خاص در هنر، صنایع دستی و فرهنگ‌های محلی توسعه دهند (Richards & Raymond, 2000; UNESCO, 2021). همچنین، گردشگری خلاق به‌ویژه در مناطق روستایی و دورافتاده، فرصتی برای تقویت اقتصاد محلی و ایجاد اشتغال به‌وجود می‌آورد. این نوع گردشگری می‌تواند به حفظ هویت فرهنگی، بازسازی اقتصادهای محلی و حمایت از صنایع دستی کمک کند (Afren, 2024; Elnabawi & Hamza, 2020). ریشه‌های گردشگری خلاق به دهه ۱۹۹۰ میلادی در پرتغال برمی‌گردد، زمانی که پروژه «یوروتکس» به‌منظور حمایت از صنایع دستی و تفکیک محصولات دست‌ساز از تولیدات انبوه راه‌اندازی شد (Campbell, 2010). گردشگری خلاق همچنین بر استفاده از منابع محلی برای نوآوری و خلاقیت تأکید دارد و فرصت‌هایی برای ایجاد تجربیات منحصر به فرد و اصیل فراهم می‌آورد که بر توسعه پایدار تأثیر

¹ Richards and Raymond

مثبتی می‌گذارد (Richards & Raymond, 2000). این گردشگری از طریق مشارکت فعال گردشگران در فرآیندهای فرهنگی و هنری محلی، نه تنها به تقویت هویت فرهنگی جوامع محلی کمک می‌کند بلکه اثرات اقتصادی و اجتماعی زیادی نیز به همراه دارد (Richards & Wilson, 2006; Tan et al., 2014).

کارآفرینی پایدار: کارآفرینی پایدار به عنوان نوعی از کارآفرینی تعریف می‌شود که در آن کارآفرینان به دنبال ایجاد کسب و کارهایی هستند که علاوه بر تأمین نیازهای اقتصادی، به تأثیرات محیطی و اجتماعی نیز توجه دارند. این کارآفرینان به گونه‌ای عمل می‌کنند که منابع طبیعی در نسل‌های آینده حفظ شوند و همزمان ارزش اجتماعی و اقتصادی ایجاد کنند (Schaltegger & Wagner, 2011). در کارآفرینی پایدار، جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی به طور همزمان در نظر گرفته می‌شوند و به عنوان ارکان اصلی توسعه پایدار شناخته می‌شوند (Elkington, 1997). این نوع کارآفرینی نیازمند نوآوری در محصولات، خدمات و فرایندها است که کارآفرینان از خلاقیت برای ارائه راه حل‌های جدید استفاده می‌کنند که علاوه بر سودآوری، به مسائل زیست محیطی و اجتماعی پاسخ دهد (Cohen & Winn, 2007). یکی از چالش‌های اصلی در کارآفرینی پایدار، هزینه‌های اولیه بالای برخی ابتکارات زیست محیطی و اجتماعی است. همچنین، این کارآفرینی‌ها ممکن است با مشکلاتی نظیر کمبود منابع مالی و محدودیت‌های بازار روبه‌رو شوند. با این حال، فرصت‌های زیادی نیز در این زمینه وجود دارد، به ویژه با تقاضای روزافزون برای محصولات و خدمات دوستدار محیط زیست و تأکید بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها که فرصتی برای رشد کارآفرینی پایدار فراهم کرده است (Hall & Wagner, 2016). آینده کارآفرینی پایدار به نظر می‌رسد که با توجه به تحولات جهانی در زمینه تغییرات اقلیمی، تقاضای مصرف‌کنندگان و فشارهای اجتماعی، در مسیر رشد قرار گیرد. امروزه مصرف‌کنندگان بیشتر از گذشته به مسئولیت‌های اجتماعی و زیست محیطی شرکت‌ها توجه دارند و این می‌تواند انگیزه‌ای برای کارآفرینان باشد تا به سمت راه حل‌های پایدار حرکت کنند (Porter & Kramer, 2011). توسعه پایدار به عنوان یک اولویت توسعه شناخته می‌شود و مفاهیم پایداری محیط به عنوان اولویت در نظر گرفته می‌شود (Cano & Londoño-Pineda, 2020; Londoño-Pineda & Cano, 2022). توسعه پایدار به اقدامات فوری دولت برای رفع کمبود منابع اشاره دارد و شامل تأمین انواع مختلف سرمایه مانند: مالی، فیزیکی، اجتماعی، انسانی، روان‌شناختی و طبیعی است (Sutter et al., 2019; Smith, 2015; de Guzman et al., 2020; Poon et al., 2012; Deng & Bai, 2014; Chipfupa & Wale, 2018; Nandy & Islam, 2010). همچنین، نهادهای رسمی و غیر رسمی موجب توسعه توانمندی‌ها و ظرفیت‌های انسانی، اجتماعی و تجاری می‌شوند و به بهبود اشتغال و درآمد خانوار کمک می‌کنند (Escandón-Barbosa et al., 2019; Lang & Fink, 2019; Tabares, 2017; Mahale et al., 2011; Nwosu et al., 2019). اهداف توسعه پایدار شامل کاهش فقر، بهبود سواد، کاهش نابرابری‌ها، حفظ سرمایه طبیعی بحرانی، امنیت مالی و غذا، اشتغال و مهاجرت روستا به شهر است (Humberg & Braun, 2014; Sati & Juyal, 2008; Singh et al., 2012; Falk et al., 2009; Shahraki & Heydari, 2019; Igwe et al., 2020; Muhamad et al., 2017).

گردشگری خلاق و کارآفرینی پایدار روستایی: در طول سال‌های گذشته، ادبیات کارآفرینی عمدتاً به سمت کارآفرینی شهری گرایش پیدا کرده است (Ekanem et al. 2021; Mishra 2021; Lusambili et al. 2021) و تحلیل خود را از ویژگی‌های کارآفرین بر تمرکز بر روش‌های مختلف کشف، نمایش، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد کسب و کارها، مدل‌ها و راه حل‌های جدید ایجاد ارزش، از جمله: ارزش مالی، اجتماعی و محیطی تغییر داده است (Ellis 2000; Cohen et al. 2019). با این حال، ادبیات کارآفرینی تا حد زیادی فعالیت‌های کارآفرینی پایدار

روستایی، به‌ویژه در کشورهای توسعه‌نیافته را نادیده گرفته و مطالعات نظری و تجربی در این خصوص هنوز محدود است (Pato and Teixeira 2016). به‌این‌ترتیب، کارآفرینی پایدار روستایی در کاهش فقر شدید (Sutter et al. 2019) و کاهش نابرابری در مناطق روستایی که نهادها در آن‌ها قرار دارند، نقش مهمی ایفا می‌کند (Díaz et al. 2007; Bawa et al. 2019). علاوه بر این، به ایجاد یک آینده جامع و پایدار، به‌ویژه در اقتصادهای در حال ظهور، کمک می‌کند (Mishra 2021; Mishra et al. 2020). به‌طور خلاصه، کارآفرینی پایدار روستایی پتانسیلی برای کارآفرینان/شرکت‌های روستایی دارد تا ارزشی برای جامعه و محلی مقاوم‌تر ایجاد کند (Pato and Teixeira 2016)؛ بنابراین، کارآفرینی پایدار نشان‌دهنده فرصت‌های خوداشتغالی برای غنی‌سازی و بهبود سبک زندگی جوامع است و آن‌ها را به سطح پایداری از معیشت می‌رساند (Aggarwal et al. 2019). به همین ترتیب، این امر توسعه اقتصادی روستایی را در کشورهای در حال توسعه تسهیل می‌کند (Molina-Maturano et al. 2020) و توسعه پایدار را درحالی‌که نیازهای انتهایی هرم را برآورده می‌کند، ترویج می‌نماید (Kallmuenzer & Peters, 2019).

مطالعات مختلف نشان می‌دهند که حمایت از کسب‌وکارهای روستایی به‌عنوان راهکاری برای کاهش یا حتی از بین بردن فقر روستایی، از منظر چندبعدی کارآفرینی پایدار توجیه‌پذیر است (Cano and LondoñoPineda 2020; Londoño-Pineda and Cano 2022). به گفته اسکونز^۱ (۱۹۹۸)، این کسب‌وکارها در قالب توسعه کارآفرینی پایدار، متکی بر پنج نوع سرمایه هستند که برای مقابله با فقر ضروری‌اند (سرمایه مالی، سرمایه فیزیکی، سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی و سرمایه طبیعی). (Sutter et al. 2019)، نظریه کورسگارد و مولر^۲ (۲۰۱۵). با این عبارت دالر^۳ (۲۰۱۹) و بوث و همکاران^۴ (۲۰۲۰) که ادعا کرده‌اند یکی از جنبه‌های مهم رشد اقتصادی محلی و کیفیت زندگی مربوط به توسعه کارآفرینی پایدار در گردشگری خلاق روستایی است، سازگار است (Utami et al, 2023) علاوه بر این، استاثوپولو و همکاران^۵ (۲۰۰۴) ذکر کردند که کارآفرینی پایدار اصلی‌ترین عامل توسعه اقتصادی هر منطقه است. از طرف دیگر، زلفانی و همکاران^۶ (۲۰۱۵) اعلام کردند که جوامع روستایی نه‌تنها از کسب‌وکارهای کارآفرینی پایدار و گردشگری خلاق بهره‌مند می‌شوند، بلکه محیط زیست را نیز حفظ می‌کنند. همچنین، سا^۷ (۲۰۱۹) اشاره کرد که کارآفرینی رابطه مثبتی با گردشگری خلاق که جوامع را توسعه می‌دهد دارد؛ بنابراین کارآفرینی پایدار رابطه قوی‌ای با توسعه گردشگری خلاق روستایی دارد زیرا می‌تواند تأثیرات اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی مانند: ایجاد شغل، کیفیت زندگی (Sá, Citation2019)، افزایش ارزش اقتصادی، حفظ فرهنگ محلی و همچنین حفظ منابع را ایجاد کند (Galvao et al. Citation2020). اوتامی و همکاران^۸ (۲۰۲۳) در اندونزی نشان دادند که ۱۰ عامل کلیدی برای موفقیت کارآفرینی پایدار و گردشگری خلاق روستایی پایدار وجود دارد. این عوامل شامل مدیریت درآمد، توسعه کسب‌وکار، همکاری، نوآوری، آگاهی زیست‌محیطی و مدیریت منابع هستند که در سه بعد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی تقسیم می‌شوند. علاوه بر این کیو زالت^۹ (۲۰۲۳) اشاره کردند که فرصت‌های گردشگری و شناخت مکانی از طریق جشنواره‌های هنری باعث افزایش کارآفرینی و نوآوری اجتماعی می‌شود.

¹ Scoones

² Korsgaard & Müller

³ Deller

⁴ Booth et al

⁵ Stathopoulou et al.

⁶ Zolfani et al

⁷ Sá

⁸ Utami et al

⁹ Qu & Zollet

همچنین؛ کاستانیو و همکاران^۱ (۲۰۲۳) نشان دادند که مناطق دورافتاده می‌توانند مقصد جذابی برای گردشگری خلاق باشند و در این راستا، مزایای اقتصادی، حفظ میراث فرهنگی و ایجاد شغل‌ها می‌تواند از جمله تأثیرات مثبت باشد. از طرفی ژو و همکاران^۲ (۲۰۲۳) بررسی کردند که در روستای دالی، چین، کارآفرینان گردشگری خلاق با شبکه‌های اجتماعی غیر رسمی همکاری می‌کنند. این مطالعه نشان داد که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند نقش مهمی در فرآیند کارآفرینی پایدار و گردشگری خلاق ایفا کنند.

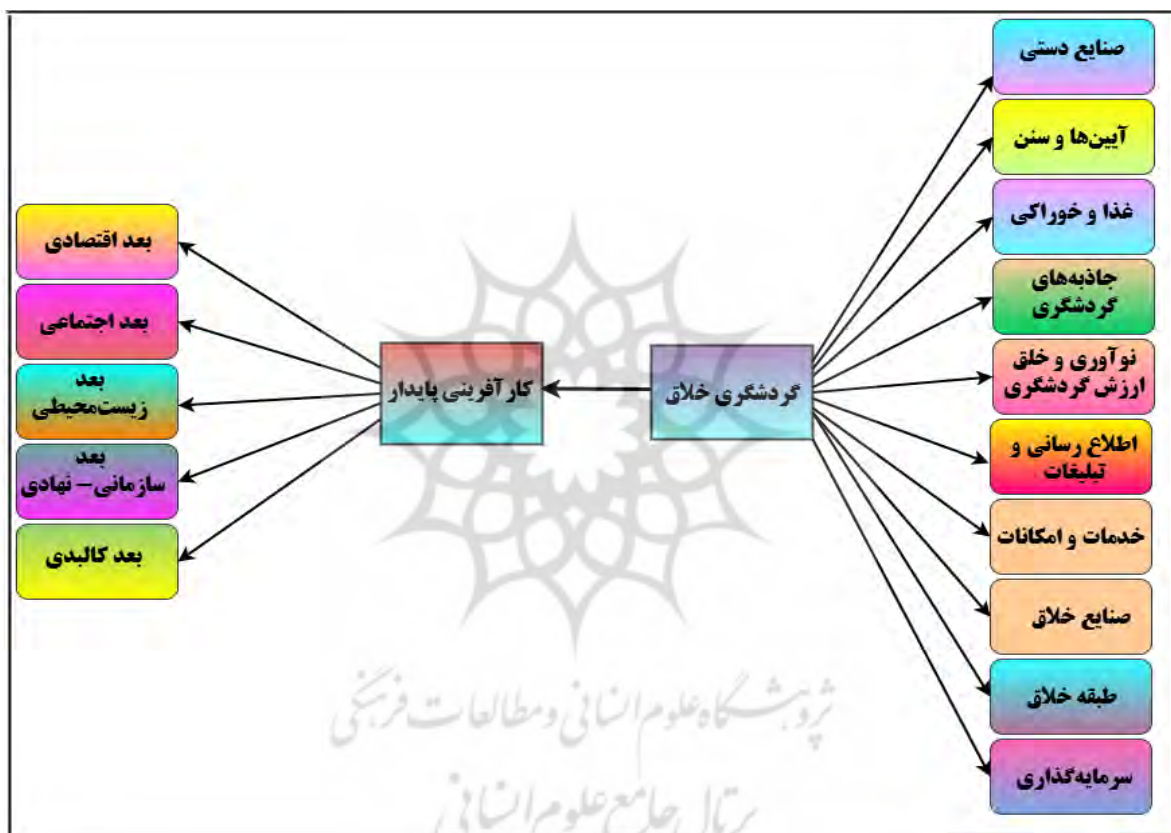
با توجه به مطالعات انجام‌شده، بخش قابل توجهی از مطالعات پیشین، بر نقش مثبت و چندبعدی کارآفرینی پایدار در توسعه گردشگری خلاق در مناطق روستایی تأکید داشته‌اند. پژوهش‌هایی چون (Cano and LondoñoPineda 2020; Londoño-Pineda and Cano 2022) نشان داده‌اند که تلفیق اهداف اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی در قالب کارآفرینی پایدار می‌تواند بستر مناسبی برای ارتقای کیفیت زندگی، کاهش فقر و ایجاد فرصت‌های شغلی در جوامع محلی فراهم آورد. همچنین، پژوهشگران بر اهمیت تقویت سرمایه‌های انسانی، اجتماعی و فرهنگی در کنار سرمایه‌های مالی و طبیعی تأکید کرده‌اند. (Sá, 2019; Galvão et al., 2020) در مجموع، این مطالعات به اشتراک در این نکته می‌رسند که کارآفرینی پایدار به‌عنوان پیشران توسعه گردشگری خلاق در روستاها، تأثیرات مثبتی در سطوح مختلف به همراه دارد. با وجود توافق کلی بر اهمیت کارآفرینی پایدار، رویکردها و تأکیدهای مطالعات گوناگون متفاوت است. برخی تحقیقات مانند (Utami et al, 2023) با تمرکز بر ساختارهای رسمی و ابعاد مدیریتی، به شناسایی عوامل کلیدی موفقیت پرداخته‌اند، در حالی که برخی دیگر همچون (Zhou et al 2023) نقش شبکه‌های اجتماعی غیر رسمی و تعاملات بومی را برجسته کرده‌اند. از سوی دیگر، در حالی که مطالعاتی نظیر (Castanho et al 2023) و (Qu& Zollet 2023) بر ظرفیت فرهنگی و هنری برای جذب گردشگران خلاق در مناطق دورافتاده تأکید دارند، پژوهش‌هایی مانند (Zolfani et al 2015) بر حفاظت از محیط زیست و منابع طبیعی تمرکز دارند. این تفاوت در تمرکزها، نشان می‌دهد که ادبیات موجود هنوز فاقد یک دیدگاه تلفیقی و جامع در خصوص سازوکارهای میان‌رشته‌ای این دو حوزه است. با توجه به مروری که صورت گرفت، آنچه در ادبیات کمتر مورد توجه قرار گرفته، یکپارچه‌سازی ابعاد مختلف کارآفرینی پایدار و گردشگری خلاق در قالب یک چهارچوب مفهومی جامع و بومی‌سازی شده برای مناطق روستایی است. بیشتر مطالعات یا به یک بُعد خاص پرداخته‌اند یا به بررسی نمونه‌های محدود در مناطق مشخص جغرافیایی بسنده کرده‌اند. نوآوری این پژوهش در آن است که تلاش می‌کند با رویکردی تحلیلی و زمینه‌محور، روابط متقابل میان مؤلفه‌های کارآفرینی پایدار و مؤلفه‌های گردشگری خلاق را در بافت فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی روستاهای ایران تبیین کند. این چهارچوب می‌تواند به توسعه سیاست‌های محلی و طراحی برنامه‌های توانمندسازی جوامع روستایی کمک کند.

با مرور ادبیات موجود در حوزه گردشگری خلاق و کارآفرینی پایدار، می‌توان دریافت که این دو مفهوم دارای پیوندهای مفهومی و تجربی قابل توجهی هستند. مطالعات مختلف نشان داده‌اند که گردشگری خلاق، از طریق بهره‌برداری از منابع فرهنگی، هنری و اجتماعی محلی، می‌تواند زمینه‌ساز توسعه کسب‌وکارهای پایدار و بومی شود (Richards & Raymond, 2000; Sá, 2019). همچنین، کارآفرینی پایدار روستایی، در صورتی که از پتانسیل‌های خلاقانه محلی بهره‌گیرد، می‌تواند به تحقق اهداف توسعه پایدار از جمله اشتغال، حفظ محیط‌زیست و ارتقای

1 Castanho et al

2 Zhou

کیفیت زندگی منجر شود (Cohen & Winn, 2007; Galvao et al., 2020). بر اساس این ادبیات، مدل مفهومی این پژوهش با بهره‌گیری از ادبیات نظری گردشگری خلاق (Richards & Raymond, 2000; Sá, 2019) و کارآفرینی پایدار (Cohen & Winn, 2007; Galvão et al., 2020) طراحی شده است. این چهارچوب، با الهام از مطالعاتی همچون (Utami et al., 2023)، Zhou et al. (2023) و Cano & Londoño-Pineda (2020)، تلاش می‌کند با نگاهی تحلیلی، به تبیین تعامل میان مؤلفه‌های گردشگری خلاق و کارآفرینی پایدار بپردازد. همچنین، این مدل با توجه به زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی روستاهای شهرستان دامغان، به‌صورت بومی‌سازی شده توسعه یافته است.



شکل ۱، مدل مفهومی پژوهش، ۱۴۰۳

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر رویکرد، کمی و از لحاظ هدف، کاربردی است. همچنین از منظر روش‌شناسی، توصیفی-تحلیلی محسوب می‌شود. به‌منظور گردآوری داده‌ها، از دو روش اسنادی و میدانی بهره گرفته شده است. در روش اسنادی، اطلاعات مورد نیاز از منابع مختلفی همچون: کتب، مقالات علمی، آمارنامه‌ها، نقشه‌ها و وبسایت‌های معتبر جمع‌آوری شده است. در روش میدانی نیز داده‌ها از طریق پرسش‌نامه گردآوری و تحلیل شده‌اند. مطالعات پیشین درباره گردشگری خلاق و تأثیر آن بر کارآفرینی پایدار مورد بررسی و استفاده قرار گرفته‌اند. به‌منظور اطمینان از روایی ابزار پژوهش، نظرات اساتید دانشگاهی أخذ و پس از اعمال اصلاحات لازم، تأیید شد. همچنین، پایایی پرسش‌نامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۷۹ محاسبه شد که نشان‌دهنده سطح بالای اعتمادپذیری

ابزار اندازه‌گیری است. پایایی هر شاخص نیز به‌طور جداگانه در جدول (۱) ارائه شده است. متغیرهای پژوهش بر اساس مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت، از "بسیار کم" (۱) تا "بسیار زیاد" (۵) اندازه‌گیری شده‌اند. برای تحلیل داده‌ها، از روش‌های آمار توصیفی (مانند میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی (شامل تحلیل همبستگی و رگرسیون) با استفاده از نرم‌افزار «SPSS» بهره گرفته شده است. همچنین، مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) با استفاده از نرم‌افزار SMART PLS4 انجام شده است.

جدول ۱، مقدار پایایی (آلفا کرون‌باخ) متغیرهای مورد بررسی در محدوده مورد مطالعه

ابعاد	شاخص	تعداد گویه	آلفا و کرونباخ	نماینده در PLS
گردشگری خلاق	صنایع دستی	۹	۰/۸۶۲	A1....A9
	آداب و سنن	۹	۰/۸۳	B1....B9
	غذا و خوراکی	۷	۰/۸۲۷	C1....C7
	جاذبه‌های گردشگری	۹	۰/۹۲۷	D1....D9
	نوآوری و خلق ارزش	۹	۰/۹۱۵	E1....E9
	اطلاع‌رسانی و تبلیغات	۷	۰/۸۹۱	F1....F7
	خدمات و امکانات	۹	۰/۸۱۳	G1....G9
	صنایع خلاق	۹	۰/۸۸۵	H1....H9
	طبقه خلاق	۹	۰/۸۷۶	I1....I9
	سرمایه‌گذاری	۱۱	۰/۹۳۳	J1....J11
کارآفرینی پایدار	بعد اقتصادی	۱۴	۰/۹۰۵	K1....K14
	بعد اجتماعی	۱۱	۰/۸۶۸	L1....L11
	بعد زیست‌محیطی	۹	۰/۸۳۹	M1....M9
	بعد سازمانی- نهادی	۱۴	۰/۸۴۱	N1....N14
	بعد کالبدی	۹	۰/۹۱۷	O1....O9

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

جامعه آماری این پژوهش را تمامی مناطق روستایی شهرستان دامغان در استان سمنان تشکیل می‌دهد که طبق آمار ارائه‌شده از سوی مرکز آمار ایران سال ۱۳۹۵، این شهرستان دارای ۹۴۱۹۰ نفر جمعیت و ۳۰۲۹۶ خانوار می‌باشد؛ همچنین شهرستان دامغان دارای ۲ بخش (مرکزی و امیریه)، ۶ دهستان و ۲۹۵ روستای دارای سکنه است. در ادامه جهت انتخاب روستاهای نمونه با توجه به اهداف و فرضیه تحقیق از روش طبقه‌ای (چندمرحله‌ای) استفاده گردید. در این روش دومعیار روستاهای دارای جاذبه گردشگری و برخوردار از بیشترین تعداد خانوار برای انتخاب روستاها مورد توجه قرار گرفت. در معیار انتخاب روستاهای دارای جاذبه گردشگری ۵۹ روستا شناسایی شد که ۴۴ روستا دارای بیشترین خانوار ساکن (بالای ۱۰۰ خانوار) هستند. در ادامه برای تعیین حجم نمونه روستاها به صورت تصادفی از فرمول کوکران استفاده شده است. در این فرمول برای بهره‌گیری از سطح اطمینان ۹۵ درصد، ضریب دقت ۰/۰۵ و واریانس ($d^2=0/2$) حجم نمونه برابر با ۱۷ روستا تعیین گردیده است، این تعداد نمونه با حداقل حجم نمونه لازم برای تعمیم اطلاعات به دست‌آمده به کل جامعه آماری تا حدود زیادی منطبق است اما ۳ روستای (معلمان، بق، و صح) هرچند که تعداد خانوار آن‌ها کمتر از ۱۰۰ خانوار است به دلیل وجود جاذبه‌های

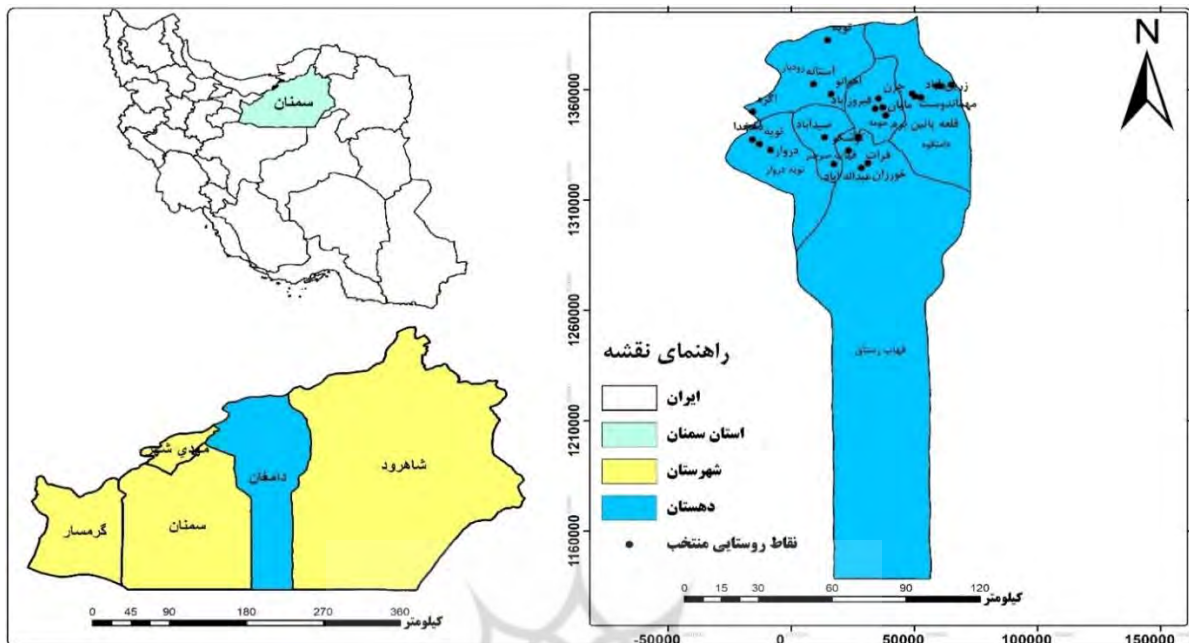
گردشگری در این روستاها که هر ساله گردشگران زیادی به خود جذب می‌کنند به‌عنوان روستاهای نمونه انتخاب شده‌اند؛ لذا تعداد روستاهای مورد مطالعه در این تحقیق برابر ۲۰ روستا با جمعیت ۱۰۱۵۵ نفر در قالب ۳۴۸۸ خانوار روستایی خواهد بود. روستاهای بیست‌گانه انتخاب‌شده در شهرستان دامغان بیش از ۹۰ درصد از جمعیت روستایی این شهرستان را شامل می‌شود. برای تعیین حجم نمونه خانوارهای مورد پرسشگری در روستاها، از فرمول کوکران استفاده شده است. در این فرمول برای بهره‌گیری از سطح اطمینان ۹۵ درصد، ضریب دقت ۰/۰۵۵ و واریانس ۰/۵ نمونه برابر ۲۹۱ خانوار روستایی تعیین گردیده است.

جدول ۲، مشخصات خانوارهای روستایی در محدوده مورد مطالعه

ردیف	نام روستا	تعداد خانوار	تعداد جمعیت	تعداد پرسشنامه	ردیف	نام روستا	تعداد خانوار	تعداد جمعیت	تعداد پرسشنامه
۱	جزن	۵۷۷	۱۸۱۸	۳۰	۱۱	دهخدا	۱۰۵	۲۶۰	۱۲
۲	مهماندوست	۳۶۴	۱۱۱۸	۲۲	۱۲	فیروزآباد	۱۴۶	۴۱۷	۱۳
۳	خورزان	۱۵۱	۴۷۷	۱۴	۱۳	عبداله‌آباد	۱۴۵	۴۰۸	۱۳
۴	اهوانو	۲۷۰	۷۷۶	۱۸	۱۴	فرات	۱۴۱	۳۹۷	۱۳
۵	تویه	۲۴۰	۷۰۰	۱۷	۱۵	زرین‌آباد	۱۲۷	۳۱۴	۱۳
۶	رشم	۱۰۲	۳۱۳	۱۲	۱۶	امام‌آباد	۱۲۵	۳۲۰	۱۳
۷	آستانه	۱۸۵	۵۴۷	۱۵	۱۷	مایان	۱۱۰	۳۱۲	۱۲
۸	کلاته ملا	۱۶۶	۴۳۹	۱۴	۱۸	معلمان	۴۹	۱۶۹	۱۰
۹	دروار	۱۶۲	۴۷۸	۱۴	۱۹	صح	۸۸	۲۴۳	۱۱
۱۰	باده‌کو	۱۵۱	۴۳۳	۱۴	۲۰	بقی	۸۴	۲۱۶	۱۱
جمع							۳۴۸۸	۱۰۱۵۵	۲۹۱

منبع مرکز آمار ۱۳۹۵ و محاسبات نگارنده، ۱۴۰۳

به‌منظور برآورد حجم نمونه در روستاهای مورد مطالعه با هدف انجام تحلیل فضایی و فرض نزدیکی حجم نمونه‌ها به یکدیگر، برای هر روستا پایه ۸ پرسش‌نامه در نظر گرفته شده و باقیمانده حجم نمونه بر اساس تعداد خانوار ساکن در هر روستا تقسیم به نسبت (P.P.S) خواهد شد؛ بنابراین در نهایت، درون روستاهای انتخابی، پرسشگری از خانوارهای نمونه بر اساس روش تصادفی ساده است.



شکل ۲. نقشه پراکندگی روستاهای مورد مطالعه در سطح شهرستان دامغان، استان سمنان

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی جدول (۳) نشان می‌دهد که ۶۹/۱ درصد پاسخگویان مرد و ۳۰/۹ درصد زن بوده‌اند. همچنین، ۷۸ درصد از افراد متأهل و ۲۲ درصد مجرد بوده‌اند. از نظر سطح تحصیلات، ۴ درصد دارای تحصیلات ابتدایی، ۱۰/۶ درصد سیکل، ۱۴ درصد متوسطه، ۴۰/۲ درصد دیپلم و فوق دیپلم و ۳۰/۹ درصد دارای مدرک لیسانس و بالاتر بوده‌اند. توزیع سنی پاسخگویان نشان می‌دهد که ۲۲ درصد زیر ۳۰ سال، ۲۹/۶ درصد در گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال، ۲۵/۸ درصد بین ۴۱ تا ۵۰ سال، ۱۱ درصد بین ۵۱ تا ۶۰ سال و ۱۱/۶ درصد بالای ۶۰ سال بوده‌اند. از نظر وضعیت شغلی، ۳۵/۸ درصد کارمند، ۲۹/۹ درصد دارای مشاغل آزاد، ۱۹/۲ درصد کارگر، ۸/۶ درصد کشاورز و ۶/۵ درصد دامدار بوده‌اند که نشان‌دهنده سهم بالای مشاغل غیر کشاورزی در جامعه مورد مطالعه است.

جدول ۳. مشخصات توصیفی پاسخ‌دهندگان در محدوده مورد مطالعه

پاسخگویان		ویژگی‌های توصیفی		پاسخگویان		ویژگی‌های توصیفی	
درصد	فراوانی			درصد	فراوانی		
۲۲	۶۴	۳۰ - ۲۱	سن	۳۰/۹	۹۰	زن	جنس
۲۹/۶	۸۷	۴۰ - ۳۱		۶۹/۱	۲۰۱	مرد	
۲۵/۸	۷۵	۵۰ - ۴۱		۱۰۰	۲۹۱	مجموع	
۱۱	۳۲	۶۰ - ۵۱		۲۲	۶۴	مجرد	تأهل
۱۱/۶	۳۳	۶۱ +		۷۸	۲۲۷	متأهل	
۱۰۰	۲۹۱	مجموع		۱۰۰	۲۹۱	مجموع	
۸/۶	۲۵	کشاورز	شغل	۰	-	سواد قرآنی	تحصیلات
۶/۵	۱۹	دامدار		۴/۰	۲۰	ابتدایی	
۳۵/۸	۱۰۴	کارمند		۱۰/۶	۲۹	سیکل	
۱۹/۲	۵۶	کارگر		۱۴/۰	۶۶	متوسطه	
۲۹/۹	۸۷	مشاغل آزاد		۴۰/۲	۱۲۵	دیپلم و فوق دیپلم	
۱۰۰	۲۹۱	مجموع		۳۰/۹	۵۱	لیسانس و بالاتر	
				۱۰۰	۳۰۱	مجموع	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

در این پژوهش، برای ارزیابی شاخص‌های گردشگری خلاق و کارآفرینی پایدار در منطقه مورد مطالعه، از میانگین و انحراف معیار استفاده شده است. شاخص‌ها بر اساس طیف لیکرت از ۱ تا ۵ ارزیابی شدند و نمرات به دست آمده برای هر شاخص محاسبه گردید. نتایج به دست آمده از تحلیل داده‌ها جدول (۴) نشان می‌دهد که وضعیت کنونی شاخص‌ها در این دو حوزه در موقعیت مناسبی قرار ندارند و نیاز به بهبود و ارتقا در این زمینه‌ها احساس می‌شود. میانگین کل شاخص‌های گردشگری خلاق ۲/۳۹ و میانگین کل شاخص‌های کارآفرینی پایدار ۲/۴۱ است. این اعداد نشان‌دهنده این است که وضعیت کلی هر دو متغیر در سطح متوسط قرار دارد. با این حال، از آنجا که میانگین این شاخص‌ها کمتر از ۳ است، می‌توان نتیجه گرفت که در این بخش‌ها هنوز پیشرفت قابل ملاحظه‌ای لازم است. گردشگری خلاق، به عنوان یکی از محورهای اصلی این پژوهش، با میانگین ۲/۳۹ نشان می‌دهد که در بخش‌هایی نظیر صنایع دستی (با میانگین ۲/۴۹) و آداب و سنن (با میانگین ۲/۳۹) وضعیت نسبتاً بهتری وجود دارد اما هنوز ظرفیت‌های زیادی برای بهبود این بخش‌ها وجود دارد. صنایع خلاق و جاذبه‌های گردشگری با میانگین‌های ۲/۴۰ و ۲/۳۴ به ترتیب در سطح پایین‌تری قرار دارند که نشان‌دهنده ضرورت سرمایه‌گذاری بیشتر در این بخش‌ها است. در کارآفرینی پایدار، میانگین ۲/۴۱ بیانگر وجود فرصت‌های محدود در این حوزه است. به ویژه، در بخش‌های بُعد اقتصادی (با میانگین ۲/۱۲) و بُعد سازمانی-نهادی (با میانگین ۲/۴۸)، به وضوح نیاز به بهبود بیشتر احساس می‌شود. این امر می‌تواند به معنی نیاز به توسعه زیرساخت‌ها و نهادهای مرتبط با کارآفرینی و همچنین فراهم آوردن شرایط اقتصادی مساعدتر باشد. در این میان، شاخص‌های خدمات و امکانات با میانگین ۲/۷۸ و بُعد زیست محیطی (با میانگین ۲/۵۴) نشان‌دهنده بهبود نسبی هستند ولی همچنان برای ارتقا در این بخش‌ها نیاز به برنامه‌ریزی استراتژیک بیشتر وجود دارد. در نهایت، سرمایه‌گذاری (با میانگین ۱/۸۸) پایین‌ترین میانگین را در بین شاخص‌ها دارد که به وضوح بر کمبود سرمایه‌گذاری و توجه کم در این زمینه اشاره دارد. این امر نشان می‌دهد که برای تقویت گردشگری خلاق و کارآفرینی پایدار، توجه ویژه به جذب سرمایه‌گذاران و تسهیل سرمایه‌گذاری‌های مرتبط ضروری است.

جدول ۴، میانگین و انحراف معیار شاخص‌های مورد مطالعه

ابعاد	شاخص	میانگین	انحراف معیار
گردشگری خلاق	صنایع دستی	۲/۴۹	۰/۶۵۵
	آداب و سنن	۲/۳۹	۰/۶۵۰
	غذا و خوراکی	۲/۶۳	۰/۷۵۰
	جاذبه‌های گردشگری	۲/۳۴	۰/۸۵۱
	نوآوری و خلق ارزش	۲/۱۹	۰/۸۱۷
	اطلاع‌رسانی و تبلیغات	۲/۴۱	۰/۸۳۴
	خدمات و امکانات	۲/۷۸	۰/۷۱۰
	صنایع خلاق	۲/۴۰	۰/۷۷۱
	طبقه خلاق	۲/۳۹	۰/۷۵۰
	سرمایه‌گذاری	۱/۸۸	۰/۷۲۲
	مجموع	۲/۳۹	۰/۷۵۱
	بعد اقتصادی	۲/۱۲	۰/۶۹۰
کارآفرینی پایدار	بعد اجتماعی	۲/۴۴	۰/۷۳۹
	بعد زیست محیطی	۲/۵۴	۰/۸۳۵
	بعد سازمانی-نهادی	۲/۴۸	۰/۵۸۸
	بعد کالبدی	۲/۵۰	۰/۸۶۷
	مجموع	۲/۴۱	۰/۷۴۳

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

رابطه همبستگی بین شاخص‌ها

برای بررسی روابط بین شاخص‌های گردشگری خلاق و کارآفرینی پایدار، از آزمون «نا پارامتریک کندال طوبی» استفاده شد چرا که داده‌ها از توزیع نرمال پیروی نمی‌کردند. نتایج آزمون آماری نشان می‌دهد که بین گردشگری خلاق و توسعه کارآفرینی پایدار روستایی با میزان (۰/۶۶۴) رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد و همچنین با توجه به نتایج به‌دست‌آمده بین تمامی ابعاد گردشگری خلاق و متغیرهای مختلف کارآفرینی پایدار رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. ضریب همبستگی کندال برای تمامی ابعاد در سطح معناداری ($P=0/000$) قرار دارد که این امر نشان‌دهنده روابط معنادار و قوی بین متغیرها است. همچنین، به‌واسطه ضریب همبستگی مثبت در تمامی ابعاد، می‌توان نتیجه گرفت که افزایش فعالیت‌های مرتبط با گردشگری خلاق مانند: صنایع دستی، آداب و سنن، جاذبه‌های گردشگری و نوآوری‌های مرتبط با این حوزه می‌تواند منجر به بهبود و تقویت کارآفرینی پایدار در روستاهای مورد مطالعه گردد. به‌ویژه رابطه مثبت در ابعاد مختلف نشان می‌دهد که این متغیرها نه تنها به‌طور مستقل بلکه به‌صورت ترکیبی نیز اثرات قابل توجهی بر توسعه کارآفرینی پایدار دارند. نتایج نشان‌دهنده آن است که در سطح اطمینان ۹۹ درصد می‌توان این روابط را معتبر دانست.

جدول ۵. رابطه همبستگی بین شاخص‌های مورد بررسی در محدوده مورد مطالعه

Existence of a relationship	Kendall's tau_b test		ابعاد	شاخص
	سطح معناداری (sig)	ضریب همبستگی		
تائید	۰/۰۰۰	**۰/۶۶۴	کارآفرینی پایدار	گردشگری خلاق
تائید	۰/۰۰۰	**۰/۴۵۰	گردشگری خلاق	بعد اقتصادی
تائید	۰/۰۰۰	**۰/۴۶۸		بعد اجتماعی
تائید	۰/۰۰۰	**۰/۳۸۵		بعد زیست‌محیطی
تائید	۰/۰۰۰	**۰/۴۹۶		بعد سازمانی - نهادی
تائید	۰/۰۰۰	**۰/۵۲۵		بعد کالبدی
تائید	۰/۰۰۰	**۰/۴۷۷	کارآفرینی پایدار	صنایع دستی
تائید	۰/۰۰۰	**۰/۴۴۰		آداب و سنن
تائید	۰/۰۰۰	**۰/۴۰۳		غذا و خوراکی
تائید	۰/۰۰۰	**۰/۵۱۰		جاذبه‌های گردشگری
تائید	۰/۰۰۰	**۰/۴۶۸		نوآوری و خلق ارزش گردشگری
تائید	۰/۰۰۰	**۰/۴۰۷		اطلاع‌رسانی و تبلیغات
تائید	۰/۰۰۰	**۰/۳۱۷		خدمات و امکانات
تائید	۰/۰۰۰	**۰/۴۲۵		صنایع خلاق
تائید	۰/۰۰۰	**۰/۴۳۲		طبقه خلاق
تائید	۰/۰۰۰	**۰/۴۳۰		سرمایه‌گذاری

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

- تحلیل رگرسیون خطی چندمتغیره برای تبیین شاخص‌های گردشگری خلاق و تأثیر آن بر کارآفرینی پایدار

برای بررسی اثرات شاخص‌های گردشگری خلاق بر کارآفرینی پایدار، از مدل رگرسیون خطی چندمتغیره به صورت گام به گام استفاده شد. در این مدل، متغیرهای مختلف گردشگری خلاق به طور تدریجی وارد مدل شدند و تأثیرات آن‌ها بر کارآفرینی پایدار مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج مدل رگرسیونی گام به گام نشان می‌دهند که به طور کلی، گردشگری خلاق تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی پایدار دارد. در مدل اول، پس از وارد شدن متغیر صنایع دستی، مدل توانست حدود ۴۶/۸ درصد از تغییرات کارآفرینی پایدار را پیش‌بینی کند. با اضافه شدن متغیرهای سرمایه‌گذاری و طبقه خلاق در مدل‌های بعدی، این مقدار به ترتیب به ۶۵/۳ درصد و ۷۳ درصد افزایش یافت. در مدل‌های چهارم، پنجم و ششم که سه متغیر نوآوری و خلق ارزش در گردشگری، آداب و سنن و اطلاع‌رسانی و تبلیغات وارد شدند، توان پیش‌بینی به ترتیب به ۷۶/۳ درصد، ۷۷/۵ درصد و ۷۸/۳ درصد رسید. نتایج مدل نهایی (جدول ۷) نشان می‌دهد که متغیر صنایع دستی با ضریب استاندارد (۰/۶۸۴) بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی پایدار دارد. از سوی دیگر، متغیر اطلاع‌رسانی و تبلیغات با ضریب استاندارد (۰/۱۱۶) کمترین تأثیر را در این رابطه دارد. این نتایج نشان‌دهنده این است که برخی از ابعاد گردشگری خلاق، به ویژه صنایع دستی، نقش بسیار مهم‌تری در توسعه کارآفرینی پایدار دارند، در حالی که متغیرهایی مانند اطلاع‌رسانی و تبلیغات اگرچه اثر معناداری دارند، تأثیر کمتری در مقایسه با دیگر متغیرها دارند. در نهایت، بررسی معادلات رگرسیونی نشان می‌دهد که از بین ده متغیر گردشگری خلاق مورد بررسی، شش متغیر شامل: (صنایع دستی، سرمایه‌گذاری، طبقه خلاق، نوآوری و خلق ارزش در گردشگری، آداب و سنن و اطلاع‌رسانی و تبلیغات) در مدل باقی مانده‌اند، در حالی که چهار متغیر دیگر حذف شده‌اند. این امر تأکید می‌کند که گردشگری خلاق به طور معناداری بر کارآفرینی پایدار تأثیر دارد و برخی از ابعاد آن به ویژه صنایع دستی می‌توانند نقش کلیدی در توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی ایفا کنند.

جدول ۶، مدل رگرسیونی برای تبیین تأثیر شاخص‌های گردشگری خلاق بر توسعه کارآفرینی پایدار

Model	متغیرها	ضریب همبستگی چندگانه (R)	ضریب تعیین (R ²)	ضریب تعیین تعدیل شده	ANOVA (F)	Sig
۱	صنایع دستی	۰/۶۸۴	۰/۴۶۸	۰/۴۶۶	۲۵۴/۰۶۶	۰/۰۰۰
۲	سرمایه‌گذاری	۰/۸۰۸	۰/۶۵۳	۰/۶۵۱	۲۷۱/۱۷۱	۰/۰۰۰
۳	طبقه خلاق	۰/۸۵۴	۰/۷۳۰	۰/۷۲۷	۲۵۸/۷۳۵	۰/۰۰۰
۴	نوآوری و خلق ارزش در گردشگری	۰/۸۷۳	۰/۷۶۳	۰/۷۶۰	۲۳۰/۰۵۶	۰/۰۰۰
۵	آداب و سنن	۰/۸۸۰	۰/۷۷۵	۰/۷۷۱	۱۹۶/۰۳۶	۰/۰۰۰
۶	اطلاع‌رسانی و تبلیغات	۰/۸۸۵	۰/۷۸۳	۰/۷۷۸	۱۷۰/۶۳۳	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

جدول ۷، ضرایب نهایی مدل رگرسیونی برای تبیین تأثیر شاخص‌های گردشگری خلاق بر توسعه کارآفرینی پایدار

Sig.	T	ضرایب استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		متغیرها	
		Beta	Std. Error	B		
۰/۰۰۰	۱۵/۹۳۹	۰/۶۸۴	۰/۰۳۵	۰/۵۶۴	صنایع دستی	مدل نهایی
۰/۰۰۰	۱۲/۴۰۵	۰/۴۶۰	۰/۰۲۸	۰/۳۴۴	سرمایه‌گذاری	
۰/۰۰۰	۹/۰۴۳	۰/۳۲۶	۰/۰۲۶	۰/۲۳۴	طبقه خلاق	
۰/۰۰۰	۶/۲۹۳	۰/۲۲۸	۰/۰۲۴	۰/۱۵۱	نوآوری و خلق ارزش در گردشگری	
۰/۰۰۰	۳/۸۷۰	۰/۱۴۸	۰/۰۳۲	۰/۱۲۳	آداب و سنن	
۰/۰۰۰	۳/۲۵۶	۰/۱۱۶	۰/۰۲۳	۰/۰۷۵	اطلاع‌رسانی و تبلیغات	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

- برآورد میزان اثرگذاری گردشگری خلاق بر توسعه کارآفرینی پایدار با استفاده از مدل معادلات ساختاری «Smart PLS»

برای بررسی تأثیر گردشگری خلاق بر کارآفرینی پایدار، از روش دومرحله‌ای هالاند (۱۹۹۹) و مدل‌سازی حداقل مربعات جزئی استفاده شد. در مرحله اول، مدل اندازه‌گیری با ارزیابی معتبر بودن و پایایی شاخص‌ها مشخص گردید. در مرحله دوم، مدل ساختاری با تحلیل شاخص‌های برازندگی، ضریب‌های تعیین و تحلیل مسیر مورد بررسی قرار گرفت. برای انجام این تحلیل‌ها از نرم‌افزار (smart PLS4) بهره گرفته شد.

مرحله اول تعیین مدل اندازه‌گیری: در مرحله اول از تحلیل مدل اندازه‌گیری، برای ارزیابی پایایی و روایی از معیارهای مختلف استفاده شد. در این بخش، تأسیس مدل اندازه‌گیری با هدف سنجش هم‌خوانی داده‌ها با یک ساختار عاملی مشخص مورد توجه قرار گرفت. پایایی مدل با استفاده از سه معیار کلیدی شامل: آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی CR و بارهای عاملی بررسی شد. طبق استانداردهای موجود (Hulland, 1999)، مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی باید بیشتر از ۰/۷ باشد. در جدول (۸)، مقادیر آلفای کرونباخ و CR برای تمامی سازه‌ها بالاتر از ۰/۷ گزارش شده است که نشان‌دهنده پایایی مطلوب مدل است.

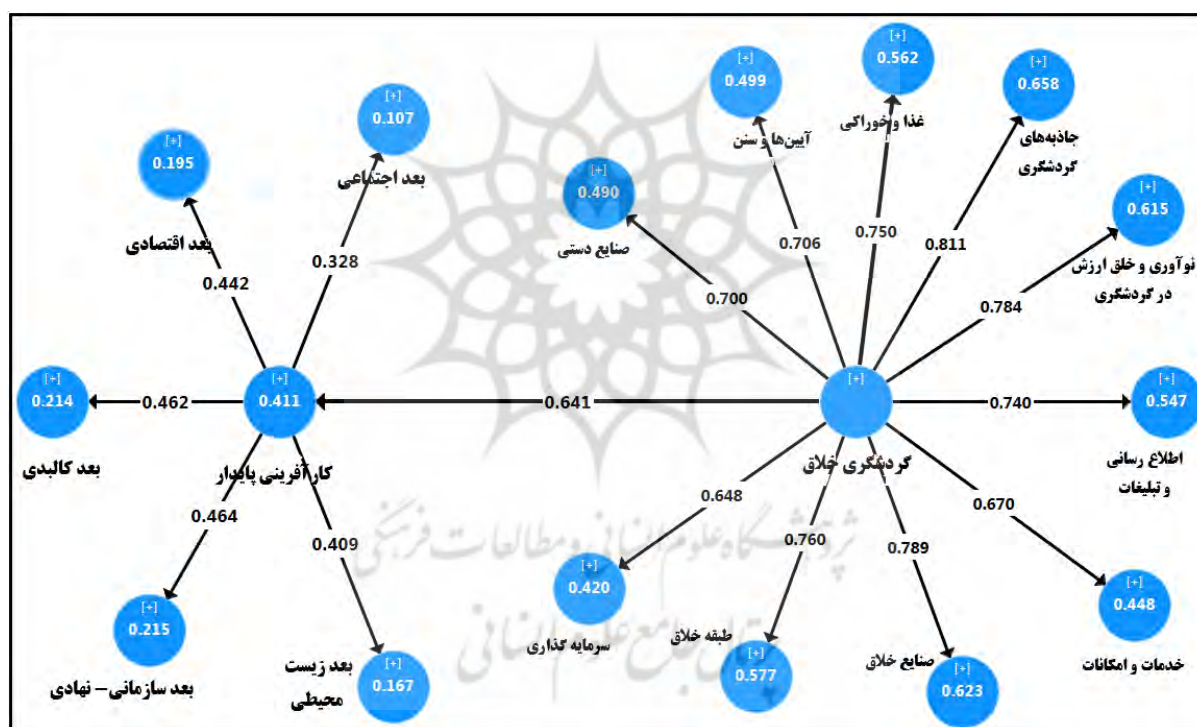
علاوه بر پایایی، روایی همگرا نیز به‌عنوان معیار دیگری برای ارزیابی مدل‌های اندازه‌گیری مورد استفاده قرار گرفت. طبق پیشنهاد فورنل و لارکر (۱۹۸۱)، میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) باید بیشتر از ۰/۵ باشد تا مدل از روایی همگرایی مناسبی برخوردار باشد. همان‌طور که در جدول (۸) مشاهده می‌شود، تمامی سازه‌های مدل دارای AVE بالاتر از ۰/۵ بوده و بنابراین روایی همگرایی مدل نیز تأیید می‌شود.

جدول ۸، شاخص‌های روایی همگرا و پایایی متغیرهای مورد بررسی

متغیر	آلفای کرون باخ	rho_A	قابلیت اطمینان مرکب	(AVE)	R2	Q2
آیین ها و سنن	۰/۸۳۴	۰/۸۴۵	۰/۸۷۳	۰/۵۶۲	۰/۴۹۹	۰/۳۴۵
اطلاع‌رسانی و تبلیغات	۰/۸۹۰	۰/۸۹۲	۰/۸۹۰	۰/۶۰۶	۰/۵۴۷	۰/۴۶۱
بعد اجتماعی	۰/۸۸۱	۰/۸۹۴	۰/۸۸۱	۰/۵۳۵	۰/۱۰۷	۰/۴۷۰
بعد اقتصادی	۰/۹۰۶	۰/۹۱۵	۰/۹۲۰	۰/۶۲۷	۰/۱۹۵	۰/۵۴۲
بعد زیست‌محیطی	۰/۸۴۰	۰/۸۴۹	۰/۸۷۶	۰/۵۱۰	۰/۱۶۷	۰/۵۲۷
بعد سازمانی - نهادی	۰/۸۴۶	۰/۸۶۸	۰/۸۷۵	۰/۵۲۱	۰/۲۱۵	۰/۵۶۰
بعد کالبدی	۰/۹۱۷	۰/۹۲۷	۰/۹۳۱	۰/۶۰۰	۰/۲۱۴	۰/۴۸۹

۰/۵۱۸	۰/۶۵۸	۰/۶۳۳	۰/۹۳۹	۰/۹۳۰	۰/۹۲۷	جاذبه‌های گردشگری
۰/۴۲۸	۰/۴۴۸	۰/۵۲۶	۰/۸۵۸	۰/۸۲۹	۰/۸۱۴	خدمات و امکانات
۰/۶۷۲	۰/۴۲۰	۰/۶۰۰	۰/۹۴۳	۰/۹۳۵	۰/۹۳۳	سرمایه گذاری
۰/۴۹۰	۰/۶۲۳	۰/۵۲۲	۰/۹۰۷	۰/۸۸۹	۰/۸۸۴	صنایع خلاق
۰/۴۴۴	۰/۵۷۷	۰/۵۲۹	۰/۸۹۲	۰/۸۷۲	۰/۸۶۴	صنایع دستی
۰/۴۹۵	۰/۶۷۲	۰/۵۰۶	۰/۹۰۲	۰/۸۸۰	۰/۸۷۷	طبقه خلاق
۰/۴۰۶	۰/۵۶۲	۰/۵۳۶	۰/۸۷۰	۰/۸۴۷	۰/۸۲۸	غذا و خوراکی
۰/۵۷۷	۰/۶۱۵	۰/۶۰۳	۰/۹۳۱	۰/۹۲۳	۰/۹۱۶	نوآوری و خلق ارزش در گردشگری
۱/۰۰۰	۰/۴۱۱	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	کارآفرینی پایدار
۱/۰۰۰	-	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	گردشگری خلاق

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳



شکل ۳. مدل ضریب استاندارد.

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

مرحله دوم برازش مدل ساختاری: در ادامه، پس از ارزیابی و تحلیل مدل اندازه‌گیری، نوبت به مرحله دوم؛ یعنی بررسی مدل ساختاری رسید. در این مرحله، هدف اصلی بررسی نحوه ارتباطات میان متغیرهای (پنهان و آشکار) است. مدل معادلات ساختاری (SEM) به عنوان یک ابزار قدرتمند آماری، این امکان را فراهم می‌آورد که روابط پیچیده‌تری میان متغیرهای مختلف بررسی شوند و فرضیات تحقیقاتی به طور هم‌زمان آزمون شوند. برای ارزیابی کیفیت برازش مدل ساختاری، از سه شاخص اصلی استفاده شد T-values، ضریب تعیین (R^2) و (Q^2) این شاخص‌ها ابزارهای کلیدی برای سنجش میزان صحت و دقت روابط پیش‌بینی‌شده در مدل محسوب می‌شوند. اولین معیاری که برای بررسی صحت مدل استفاده شد، T-values بود. این معیار نشان می‌دهد که آیا رابطه میان متغیرها در سطح

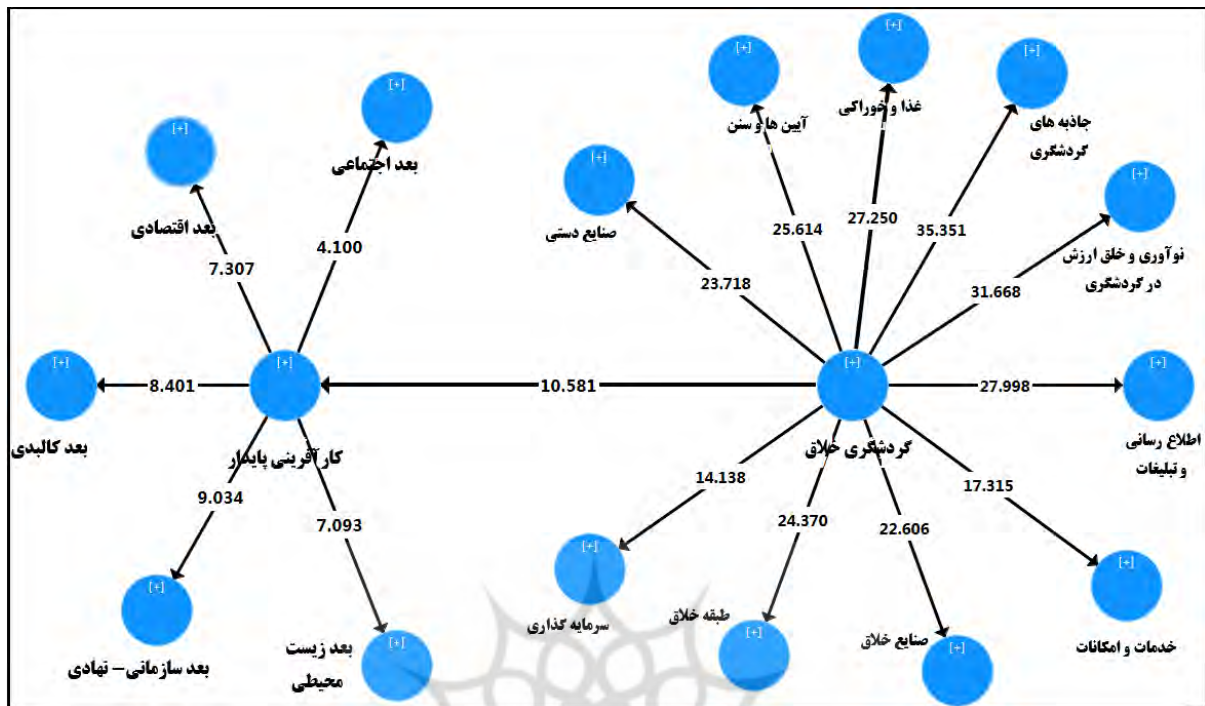
اطمینان ۹۵ درصد معنادار است یا خیر؟ در این تحقیق، مقادیر T برای تمامی مسیرها از مقدار آستانه‌ی ۱/۹۶ بیشتر بوده است که نشان‌دهنده تأیید معناداری روابط میان متغیرها است. این به این معناست که فرضیات تحقیق با اطمینان ۹۵ درصد تأیید شده‌اند. ضریب تعیین (R^2) یکی از مهمترین شاخص‌ها برای ارزیابی کیفیت مدل ساختاری است. این شاخص نشان می‌دهد که مدل چقدر توانسته است تغییرات در متغیرهای وابسته را تبیین کند. به عبارت دیگر، (R^2) بیانگر قدرت پیش‌بینی مدل است. مقادیر (R^2) برای تمامی متغیرهای درون‌زا^۱ در این تحقیق بیشتر از ۰/۳۳ بوده است که طبق استانداردهای رایج، نشان‌دهنده برازش خوب مدل است؛ یعنی مدل توانسته است بخش قابل توجهی از واریانس متغیرهای وابسته را توضیح دهد. معیار (Q^2) به عنوان شاخصی برای سنجش قدرت پیش‌بینی مدل، اهمیت ویژه‌ای دارد. این شاخص، قدرت مدل در پیش‌بینی مقادیر متغیرهای درون‌زا را ارزیابی می‌کند. طبق معیارهای هنسلر و همکاران (۲۰۰۹)، اگر (Q^2) بیشتر از ۰/۳۵ باشد، قدرت پیش‌بینی مدل قوی در نظر گرفته می‌شود. در این تحقیق، تمامی مقادیر (Q^2) بیشتر از ۰/۳۵ بوده‌اند که نشان‌دهنده قدرت پیش‌بینی بالا و برازش مناسب مدل است. نتایج حاصل از بررسی شاخص‌های برازش مدل ساختاری نشان می‌دهد که مدل مورد نظر از اعتبار و دقت مناسبی برخوردار است. T -values، بالا، (R^2) قابل قبول و (Q^2) قوی همه گواهی بر صحت روابط میان متغیرها و توان پیش‌بینی مدل هستند. این نتایج، مدل ساختاری پیشنهادی را به عنوان یک ابزار مناسب برای تحلیل روابط پیچیده میان متغیرها و تأیید فرضیات تحقیق معرفی می‌کند. شکل (۳) مدل اندازه‌گیری بیرونی پژوهش را که در آن روابط بین متغیرهای آشکار و پنهان را جهت برآورد ضریب استاندارد نشان می‌دهد و شکل (۴) مدل ساختاری درونی پژوهش که در آن ارتباط بین متغیرهای پنهان و ضرایب معنی‌دار پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۹، ضرایب مسیر (بتا)، آماره T ، ضریب تعیین و نتیجه فرضیه‌های پژوهش

تأیید	P مقادیر	T مقادیر	ضریب مسیر	رابطه بین متغیرها (فرضیه)
تأیید	۰/۰۰۰	۴/۱۰۰	۰/۳۲۸	کارآفرینی پایدار -> بعد اجتماعی
تأیید	۰/۰۰۰	۷/۳۰۷	۰/۴۴۲	کارآفرینی پایدار -> بعد اقتصادی
تأیید	۰/۰۰۰	۷/۰۹۳	۰/۴۰۹	کارآفرینی پایدار -> بعد زیست‌محیطی
تأیید	۰/۰۰۰	۹/۰۳۴	۰/۴۶۴	کارآفرینی پایدار -> بعد سازمانی- نهادی
تأیید	۰/۰۰۰	۸/۴۰۱	۰/۴۶۲	کارآفرینی پایدار -> بعد کالبدی
تأیید	۰/۰۰۰	۲۵/۶۱۳	۰/۷۰۶	گردشگری خلاق -> آیین ها و سنن
تأیید	۰/۰۰۰	۲۷/۹۹۸	۰/۷۴۰	گردشگری خلاق -> اطلاع‌رسانی و تبلیغات
تأیید	۰/۰۰۰	۳۵/۳۵۱	۰/۸۱۱	گردشگری خلاق -> جاذبه‌های گردشگری
تأیید	۰/۰۰۰	۱۷/۳۱۵	۰/۶۷۰	گردشگری خلاق -> خدمات و امکانات
تأیید	۰/۰۰۰	۱۴/۱۳۸	۰/۶۴۸	گردشگری خلاق -> سرمایه‌گذاری
تأیید	۰/۰۰۰	۲۲/۴۶۹	۰/۷۸۹	گردشگری خلاق -> صنایع خلاق
تأیید	۰/۰۰۰	۲۳/۹۷۵	۰/۷۰۲	گردشگری خلاق -> صنایع دستی
تأیید	۰/۰۰۰	۲۳/۷۱۸	۰/۷۶۰	گردشگری خلاق -> طبقه خلاق
تأیید	۰/۰۰۰	۲۷/۲۵۰	۰/۷۵۰	گردشگری خلاق -> غذا و خوراکی
تأیید	۰/۰۰۰	۳۱/۶۶۸	۰/۷۸۴	گردشگری خلاق -> نوآوری و خلق ارزش در گردشگری
تأیید	۰/۰۰۰	۱۰/۵۸۱	۰/۶۴۱	گردشگری خلاق -> کارآفرینی پایدار

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

¹ dependent latent variables



شکل ۴، مقدار مطلق ضرایب معنی دار

منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۳

جدول (۸) نشان‌دهنده مقادیر ضریب مسیر (بتا)، آماره T ، مقدار P و نتیجه فرضیه‌ها است. طبق نتایج حاصل از جدول (۹) و شکل (۴)، گردشگری خلاق (متغیر مستقل) بر کارآفرینی پایدار (متغیر وابسته) تأثیر دارد. ضریب مسیر به میزان $۰/۶۴۱$ و مقدار آماره T برابر با $۱۰/۵۸۱$ نشان‌دهنده وجود رابطه مثبت و معنادار بین این دو متغیر است. از آن‌جا که مقدار T بیشتر از $۱/۹۶$ و مقدار P برابر با $۰/۰۰۰$ است، فرضیه اصلی پژوهش که بر تأثیر گردشگری خلاق بر کارآفرینی پایدار تأکید دارد، به‌طور معنادار تأیید می‌شود.

با توجه به این نتایج، می‌توان گفت که گردشگری خلاق تأثیر قابل توجهی بر کارآفرینی پایدار دارد. این تأثیر از چند طریق مشهود است: (۱) افزایش فرصت‌های اقتصادی: گردشگری خلاق به‌طور مستقیم باعث ایجاد فرصت‌های اقتصادی جدید در روستاها و مناطق گردشگری می‌شود. این فرصت‌ها می‌توانند در قالب کسب‌وکارهای جدید، خدمات مبتنی بر گردشگری، صنایع دستی و محصولات بومی شکل بگیرند. این کارآفرینی‌ها باعث افزایش درآمد و پایداری اقتصادی جوامع می‌شود. (۲) توسعه منابع انسانی و مهارت‌های جدید: گردشگری خلاق نه تنها به دنبال جذب گردشگر است بلکه نیاز به تخصص‌ها و مهارت‌های جدید در زمینه مدیریت گردشگری، میزبانی، بازاریابی و خدمات گردشگری نیز دارد. این امر باعث می‌شود که افراد محلی مهارت‌های جدیدی بیاموزند که در توسعه کارآفرینی پایدار و ارتقای ظرفیت‌های اقتصادی آن‌ها تأثیرگذار است. (۳) تقویت هویت محلی و فرهنگی: گردشگری خلاق با تکیه بر منابع بومی و فرهنگی، باعث تقویت هویت محلی و ارتقای فرهنگ منطقه می‌شود. این امر می‌تواند به عنوان یک عامل پایدار در رشد کسب‌وکارهای مرتبط با صنایع دستی، هنرهای محلی و سایر صنایع خلاق عمل کند. (۴) تقویت زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری: گردشگری خلاق به تقویت زیرساخت‌های گردشگری و ارتقای خدمات مرتبط با آن کمک می‌کند. این امر می‌تواند بر بهبود شرایط زندگی و اقتصادی جوامع تأثیر داشته باشد.

علاوه بر فرضیه اصلی، برای تحلیل روابط سایر مسیرها، نیاز است که ضریب مسیر و آماره T در تمامی روابط مورد بررسی قرار گیرد. مطابق با نتایج حاصل از جدول، برای تمامی مسیرهای مشخص شده، آماره T بزرگتر از ۱.۹۶ و مقدار P کمتر از ۰.۰۵ است که نشان دهنده روابط معنادار و تأثیرگذار میان متغیرها است.

از جمله مهمترین نتایج می توان به روابط مثبت و معناداری بین گردشگری خلاق و (صنایع دستی، آیین ها و سنن، غذا و خوراکی، جاذبه های گردشگری، نوآوری و خلق ارزش در گردشگری، اطلاع رسانی و تبلیغات، خدمات و امکانات، طبقه خلاق، صنایع خلاق و سرمایه گذاری) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در این میان، بیشترین تأثیر مربوط به جاذبه های گردشگری با مقدار آماره T برابر ۳۵/۳۵۱ و کمترین تأثیر مربوط به سرمایه گذاری با مقدار آماره T برابر ۱۴/۱۳۸ است. این تفاوت ها می توانند نشان دهنده اهمیت بیشتری باشند که برخی از ابعاد گردشگری خلاق در پیشبرد کارآفرینی پایدار ایفا می کنند، به ویژه جاذبه های گردشگری که بیشترین ارتباط را با متغیرهای وابسته نشان می دهند. در بخش دیگری از تحلیل، به بررسی روابط بین ابعاد مختلف کارآفرینی پایدار و گردشگری خلاق پرداخته می شود. در تمامی ابعاد کارآفرینی پایدار (اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، سازمانی - نهادی و کالبدی)، نتایج نشان می دهند که رابطه های مثبت و معناداری وجود دارد که این روابط به طور قابل توجهی در سطح آماری تأیید شده اند (آماره T برای تمامی ابعاد بیشتر از ۱.۹۶ بوده و P مقدار کمتر از ۰.۰۵ است) در این میان، بالاترین تأثیر به بعد سازمانی - نهادی با ضریب مسیر ۰/۴۶۴ و آماره T برابر ۹/۶۹۰ اختصاص دارد که به عنوان مهم ترین بعد در پیشبرد کارآفرینی پایدار در نظر گرفته می شود. در مقابل، کمترین تأثیر در بعد کالبدی با ضریب مسیر ۰/۴۶۲ و آماره T برابر ۸/۴۳۹ قرار دارد که البته همچنان رابطه مثبت و معناداری دارد.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش تأثیر گردشگری خلاق بر کارآفرینی پایدار در روستاهای شهرستان دامغان در استان سمنان را مورد بررسی قرار می دهد؛ بنابراین این مقاله از شاخص های مؤثر و ضروری گردشگری خلاق و کارآفرینی پایدار روستاها در استان سمنان استفاده می کند و در نهایت تأثیر گردشگری خلاق بر کارآفرینی پایدار مورد تأیید قرار می گیرد. نتایج آزمون همبستگی «کندال توبی» نشان داد که بین متغیرهای گردشگری خلاق و کارآفرینی پایدار رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. در ادامه برای تبیین گردشگری خلاق بر کارآفرینی پایدار از مدل رگرسیونی «گام به گام» استفاده شد، در مدل اول، پس از وارد شدن متغیر صنایع دستی، مدل توانست حدود ۴۶/۸ درصد از تغییرات کارآفرینی پایدار را پیش بینی کند. با اضافه شدن متغیرهای سرمایه گذاری و طبقه خلاق در مدل های بعدی، این مقدار به ترتیب به ۶۵/۳ درصد و ۷۳ درصد افزایش یافت. در مدل های چهارم، پنجم و ششم که سه متغیر نوآوری و خلق ارزش در گردشگری، آداب و سنن و اطلاع رسانی و تبلیغات وارد شدند، توان پیش بینی به ترتیب به ۷۶/۳ درصد، ۷۷/۵ درصد و ۷۸/۳ درصد رسید جدول (۶). نتایج مدل نهایی (جدول ۷) نشان می دهد که متغیر صنایع دستی با ضریب استاندارد (۰/۶۸۴) بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی پایدار دارد. از سوی دیگر، متغیر اطلاع رسانی و تبلیغات با ضریب استاندارد (۰/۱۱۶) کمترین تأثیر را در این رابطه دارد. در ادامه جهت بررسی تأثیر گردشگری خلاق بر کارآفرینی پایدار روستاها بر اساس مدل مفهومی پژوهش و همچنین جهت بررسی فرضیه از مدل معادلات ساختاری (SEM) با استفاده از روش حداقل مربعات جزئی در نرم افزار (SMART PLS 4) انجام شد که فرضیه کلی پژوهش مورد تأیید است. یافته های به دست آمده نشان می دهد با تقویت متغیرهای گردشگری خلاق در سطح

روستاهای مورد مطالعه منجر به تقویت کارآفرینی پایدار در سطح روستاها می‌گردد. نوآوری این پژوهش در مقایسه با مطالعات پیشین، بر توسعه مدل خاصی برای تحلیل اثرات گردشگری خلاق بر کارآفرینی پایدار روستایی متمرکز است که در آن، علاوه بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی، به نقش تعاملات غیر رسمی و شبکه‌های اجتماعی در ایجاد و گسترش کسب‌وکارهای پایدار روستایی توجه ویژه‌ای دارد. در حالی‌که بسیاری از تحقیقات قبلی (مانند مطالعه اوتامی و همکاران ۲۰۲۳) به شناسایی عوامل کلیدی موفقیت کارآفرینی پایدار و گردشگری خلاق پرداخته‌اند، این پژوهش تلاش دارد تا این عوامل را در یک مدل یکپارچه و عملیاتی گنجانده و ارتباط میان آن‌ها را به‌طور دقیق‌تری بررسی کند. همچنین، مطالعات پیشین بیشتر بر روی ویژگی‌های خاصی همچون نوآوری، همکاری و مدیریت منابع تأکید کرده‌اند (مانند کیو زالت ۲۰۲۳ و کاستانیو و همکاران ۲۰۲۳)، در حالی‌که پژوهش حاضر با تأکید بر ابعاد اجتماعی، به‌ویژه نقش شبکه‌های اجتماعی غیر رسمی در کارآفرینی پایدار، به شکلی جدید و کاربردی به این موضوع می‌پردازد. به علاوه، پژوهش حاضر برای نخستین‌بار به بررسی مدل‌هایی برای ارزیابی تأثیرات گردشگری خلاق بر جوامع روستایی از منظر سرمایه‌های انسانی، اجتماعی و محیطی به‌طور جامع پرداخته و به تقویت ظرفیت‌های محلی در جهت توسعه پایدار توجه کرده است. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌داد که بین متغیرهای گردشگری خلاق و کارآفرینی پایدار روستایی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ بنابراین فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار گرفت که با نتایج تحقیق (Deller; 2019; Booth et al, 2019) هم‌خوانی دارد. در ادامه تأثیر متغیرهای گردشگری خلاق مانند صنایع دستی، سرمایه‌گذاری، طبقه خلاق، نوآوری و خلق ارزش در گردشگری، آداب و سنن و اطلاع‌رسانی و تبلیغات در کارآفرینی پایدار مورد بررسی قرار گرفت که با نتایج پژوهش (Sá, 2019; Zhou; 2023) هم‌خوانی دارد. علاوه بر این در مقایسه با تحقیق (Utami et al. (2023 که بیشتر به شناسایی عوامل کلیدی پرداخته، پژوهش حاضر ضمن ارائه یک مدل تجربی، به سنجش میزان تأثیرگذاری هر عامل پرداخته و نقش بافت فرهنگی-محلی را نیز در مدل لحاظ کرده است. همچنین از منظر بومی، یافته‌ها به‌طور خاص بیانگر آن هستند که در روستاهای شهرستان دامغان، با توجه به تنوع فرهنگی، پیشینه تاریخی و ظرفیت بالای گردشگری روستایی، متغیرهایی مانند صنایع دستی، طبقه خلاق و آداب و رسوم بومی نقش برجسته‌تری در توسعه کارآفرینی پایدار این روستاها دارند. این نتایج نشان می‌دهد که ویژگی‌های منطقه‌ای دامغان به‌طور معناداری در تقویت این ارتباط تأثیرگذار است.

این مطالعه از حیث نظری نیز با ارائه یک چهارچوب تحلیلی نوین برای سنجش تأثیر مؤلفه‌های گردشگری خلاق، به غنای ادبیات موضوع کمک می‌کند. از نظر کاربردی، یافته‌های این تحقیق می‌تواند راهنمایی مؤثر برای سیاست‌گذاران محلی، نهادهای توسعه روستایی و کارآفرینان باشد تا با بهره‌گیری از مؤلفه‌های خلاقانه گردشگری زمینه‌ساز پایداری اقتصادی و اجتماعی در نواحی روستایی شوند. همچنین این نتایج می‌تواند در طراحی برنامه‌های آموزشی، سرمایه‌گذاری و بازاریابی منطقه‌ای مورد استفاده قرار گیرد.

در مسیر انجام این تحقیق، برخی محدودیت‌های روش‌شناختی و اجرایی نیز وجود داشته است. این مطالعه با رویکردی نو به سنجش تأثیر مؤلفه‌های گردشگری خلاق بر کارآفرینی پایدار در روستاهای شهرستان دامغان پرداخته است که مستلزم طراحی پرسش‌نامه‌ای چندبعدی، استانداردسازی متغیرها، و تحلیل‌های پیشرفته آماری بود. جمع‌آوری داده‌های کمی در سطح روستاهای هدف با چالش‌هایی همچون: دسترسی دشوار به پاسخگویان

واجد شرایط، عدم همکاری کامل برخی از روستاییان، و سطح پایین آشنایی آن‌ها با مفاهیم تخصصی مواجه بود که ممکن است بر دقت برخی پاسخ‌ها اثر گذاشته باشد.

علاوه بر این، اگرچه نمونه‌گیری به صورت هدفمند و متناسب با تنوع روستاها در شهرستان دامغان انجام شد اما تعمیم نتایج به سایر مناطق روستایی کشور نیازمند احتیاط و بررسی مجدد در بافت‌های فرهنگی و اقتصادی متفاوت است. همچنین محدودیت در تعداد نمونه‌های آماری باعث شده است که مدل رگرسیونی گام‌به‌گام و مدل معادلات ساختاری (SEM) تنها در چهارچوب مشخصی از متغیرها اجرا شود؛ بنابراین برخی متغیرهای بالقوه دیگر که ممکن بود بر کارآفرینی پایدار تأثیر داشته باشند در این مدل لحاظ نشده‌اند.

با توجه به نتایج به دست آمده از این پژوهش، که نشان‌دهنده روابط مثبت و معنادار بین ابعاد گردشگری خلاق و کارآفرینی پایدار است، پیشنهادات زیر برای تقویت و توسعه گردشگری خلاق و کارآفرینی پایدار در مناطق روستایی ارائه می‌شود:

- به منظور ارتقاء ظرفیت‌های محلی و افزایش مشارکت جوامع در فرآیند توسعه گردشگری، پیشنهاد می‌شود که برنامه‌های آموزشی در راستای تقویت آموزش و توانمندسازی جوامع محلی در سطح روستاها برگزار شود.
- یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که تعاملات اجتماعی و همکاری‌های میان‌سازمانی نقش مهمی در ارتقای کارآفرینی پایدار دارند؛ لذا پیشنهاد می‌شود که پلتفرم‌ها و شبکه‌های محلی برای تسهیل همکاری‌ها و تبادل اطلاعات بین ذی‌نفعان مختلف ایجاد گردد.
- در این تحقیق به طور مشخص اشاره شده که صنایع دستی از ابعاد مهم گردشگری خلاق برای توسعه کارآفرینی پایدار هستند؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود که حمایت‌های مالی و ترویجی برای این صنایع فراهم شود تا محصولات بومی و محلی بتوانند در بازارهای جهانی رقابت کنند.
- به منظور جذب گردشگران بیشتر و تقویت اقتصاد محلی، پیشنهاد می‌شود که در تقویت زیرساخت‌ها و امکانات گردشگری روستاها سرمایه‌گذاری بیشتری صورت گیرد. این سرمایه‌گذاری‌ها می‌توانند شامل بهبود جاده‌ها، هتل‌ها و دیگر امکانات رفاهی باشند.
- نتایج تحقیق حاکی از این است که نوآوری می‌تواند تأثیر زیادی بر توسعه گردشگری خلاق و کارآفرینی پایدار داشته باشد؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود که کارآفرینان محلی به دنبال نوآوری در خدمات گردشگری و خلق تجارب جدید برای گردشگران باشند.
- در راستای جذب گردشگران بیشتر و معرفی جاذبه‌های محلی، پیشنهاد می‌شود که کمپین‌های تبلیغاتی گسترده‌تری برای گردشگری خلاق در منطقه اجرا شود. این تبلیغات می‌توانند از طریق رسانه‌های دیجیتال و محلی به گردشگران خارجی و داخلی اطلاع‌رسانی کنند.
- علاوه بر این، بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهاداتی برای مطالعات آتی به شرح زیر ارائه می‌شود:
- انجام مطالعات تطبیقی در سایر شهرستان‌های استان سمنان یا مناطق دارای ویژگی‌های مشابه بافت روستایی جهت ارزیابی همگرایی یا تفاوت در مؤلفه‌های گردشگری خلاق و کارآفرینی پایدار؛
- بررسی عمیق‌تر نقش سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی در فرآیند شکل‌گیری و تداوم کارآفرینی پایدار در بسترهای روستایی؛

- تحلیل کیفی تجارب زیسته کارآفرینان روستایی در مواجهه با فرصت‌ها و چالش‌های ناشی از گردشگری خلاق با رویکرد پدیدارشناختی یا نظریه پردازی زمینه‌ای؛
- طراحی و توسعه مدل‌های بومی‌سازی شده برای ارتقای بهره‌وری گردشگری و توانمندسازی کارآفرینی در مناطق کمتر توسعه‌یافته روستایی؛

منابع

مطیعی لنگرودی، سید حسن. (۱۳۸۵) نقش گردشگری در اقتصادی روستایی ایران، مجله علوم جغرافیایی دانشگاه آزاد اسلامی مشهد، ۱(۳)، ۷-۲۹.

<https://academics.uma.ac.ir/Files/Publication/10187/10187.pdf>

References

- Afren, S. (2024). The role of digital marketing promoting tourism business. A study of use of the social media in prompting travel. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 21(01), 272-287.
<https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.21.1.2668>
- Aggarwal, S., Pahuja, A., & Sharma, R. (2019). Samriddhii: A case of integrated social entrepreneurship in Bihar. *International Journal of Indian Culture and Business Management*, 19(1), 22-36.
<https://doi.org/10.1504/IJICBM.2019.097994>
- Apine, E., Turner, L. M., Rodwell, L. D., & Bhatta, R. (2019). The application of the sustainable livelihood approach to small-scale fisheries: The case of mud crab *Scylla serrata* in southwest India. *Ocean & Coastal Management*, 170, 17-28.
<https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2019.01.003>
- Bakas, F. E., Duxbury, N., & Vinagre de Castro, T. (2019). Creative tourism: Catalysing artisan entrepreneur networks in rural Portugal. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 731-752.
<https://doi.org/10.1108/IJEBr-01-2019-0135>
- Baruti, M. M., Johansson, E., & Yahia, M. W. (2020). Urbanites' outdoor thermal comfort in the informal urban fabric of warm-humid Dar es Salaam, Tanzania. *Sustainable Cities and Society*, 62, 102380.
<https://doi.org/10.1016/j.scs.2020.102380>
- Bawa, K. S., Joseph, G., & Setty, S. (2007). Poverty, biodiversity, and institutions in forest-agriculture ecotones in the Western Ghats and Eastern Himalaya ranges of India. *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 121(3), 287-295.
<https://doi.org/10.1016/j.agee.2006.12.005>
- Blapp, M., & Mitas, O. (2018). Creative tourism in Balinese rural communities. *Current Issues in Tourism*, 21(11), 1285-1311.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1297223>
- Booth, P., Chaperon, S. A., Kennell, J. S., & Morrison, A. M. (2020). Entrepreneurship in island contexts: A systematic review of the tourism and hospitality literature. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102438.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102438>
- Booyens, I., & Rogerson, C. M. (2015, December). Creative tourism in Cape Town: An innovation perspective. In *Urban Forum* (Vol. 26, pp. 405-424). Springer Netherlands.

<https://doi.org/10.1007/s12132-015-9273-2>

Brouder, P. (2012). Creative outposts: Tourism's place in rural innovation. *Tourism Planning and Development*, 9(4), 383-396.

<https://doi.org/10.1080/21568316.2012.722034>

Cano, J. A., & Londoño-Pineda, A. (2020). Scientific literature analysis on sustainability with the implication of open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 162.

<https://doi.org/10.3390/joitmc6040162>

Castanho, R. A., Santos, C., & Couto, G. (2023). Creative tourism in islands and regional sustainable development: What can we learn from the pilot projects implemented in the Azores territory?. *Land*, 12(2), 498.

<https://doi.org/10.3390/land12020498>

Castanho, R. A., Santos, C., & Couto, G. (2023). Creative tourism in islands and regional sustainable development: What can we learn from the pilot projects implemented in the Azores territory?. *Land*, 12(2), 498.

<https://doi.org/10.3390/land12020498>

Chipfupa, U., & Wale, E. (2018). Farmer typology formulation accounting for psychological capital: Implications for on-farm entrepreneurial development. *Development in Practice*, 28(5), 600-614.

<https://doi.org/10.1080/09614524.2018.1474680>

Cohen, F., Hepburn, C. J., & Teytelboym, A. (2019). Is natural capital really substitutable?. *Annual Review of Environment and Resources*, 44, 425-448.

<https://doi.org/10.1146/annurev-environ-101718-033141>

Couto, G., Castanho, R. A., & Santos, C. (2023). Creative and rural tourism, public policies and land use changes: A multi-method approach towards regional sustainable development in Azores Islands. *Sustainability*, 15(6), 5152.

<https://doi.org/10.3390/su15065152>

Cronjé, D. F., & du Plessis, E. (2020). A review on tourism destination competitiveness. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 256-265.

<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.02.003>

Cunha, C., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. (2020). Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems?. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 215-226.

<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.01.003>

De Guzman, M. R. T., Kim, S., Taylor, S., & Padasas, I. (2020). Rural communities as a context for entrepreneurship: Exploring perceptions of youth and business owners. *Journal of Rural Studies*, 80, 45-52.

<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.09.007>

Deller, S., Kures, M., & Conroy, T. (2019). Rural entrepreneurship and migration. *Journal of Rural Studies*, 66, 30-42.

<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.11.003>

Deng, X., & Bai, X. (2014). Sustainable urbanization in western China. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 56(3), 12-24.

<https://doi.org/10.1080/00139157.2014.914402>

Devi, S. V. (2015). A study on tourist satisfaction and their preference to act as responsible tourist for sustainable tourism. *International Journal on Global Business Management & Research*, 3(2), 65.

<https://www.proquest.com/openview/54c3b68f6e1a67d5d7f2a7d4a666aa93>

Díaz, D., & Chong, M. D., Chong, E. D. (2019). Effect of rural entrepreneurship and innovation adoption in the reduction of inequalities. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 4(1), 268-290.

Duarte, M., Dias, Á., Sousa, B., & Pereira, L. (2023). Lifestyle entrepreneurship as a vehicle for leisure and sustainable tourism. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(4), 3241.

<https://doi.org/10.3390/ijerph20043241>

Ekanem, I., Jackson, T., & Munasuonyo, A. (2021). The effect of militancy on local and informal enterprises in developing countries: Evidence from Niger Delta. *Journal of African Business*, 22(4), 532-549.

<https://doi.org/10.1080/15228916.2021.1931285>

Ellis, F. (2000). *Rural livelihoods and diversity in developing countries*. Oxford University Press.

Elnabawi, M. H., & Hamza, N. (2020). Behavioural perspectives of outdoor thermal comfort in urban areas: A critical review. *Atmosphere*, 11(1), 51.

<https://doi.org/10.3390/atmos11010051>

Escandón-Barbosa, D. M., Urbano, D., Hurtado-Ayala, A., & Dominguez, A. Z. (2019). Formal institutions, informal institutions and entrepreneurial activity: A comparative relationship between rural and urban areas in Colombia. *Journal of Urban Management*, 8(3), 458-471.

<https://doi.org/10.1016/j.jum.2019.06.002>

Falk, T., Bock, B., & Kirk, M. (2009). Polycentrism and poverty: Experiences of rural water supply reform in Namibia. *Water Alternatives*, 2(1), 115.

Holden, E., Linnerud, K., & Banister, D. (2017). The imperatives of sustainable development. *Sustainable Development*, 25(3), 213-226.

<https://doi.org/10.1002/sd.1623>

Hui, K. L., Teo, H. H., & Lee, S. Y. T. (2007). The value of privacy assurance: An exploratory field experiment. *MIS quarterly*, 19-33.

<https://www.jstor.org/stable/25148779>

Humberg, K., & Braun, B. (2014). Social business and poverty alleviation: Lessons from Grameen Danone and Grameen Veolia. In *Social business* (pp. 201-223). Springer, Berlin, Heidelberg.

Igwe, P. A., Rahman, M., Odunukan, K., Ochinanwata, N., Egbo, P. O., & Ochinanwata, C. (2020). Drivers of diversification and pluriactivity among smallholder farmers—evidence from Nigeria. *Green Finance*, 2(3), 263-283.

<https://doi.org/10.3934/GF.2020.3.263>

Ineda, A. L., & Cerón, J. G. C. (2019). Evaluation of sustainable development in the sub-regions of Antioquia (Colombia) using multi-criteria composite indices: A tool for prioritizing public investment at the subnational level. *Environmental Development*, 32, 100442.

<https://doi.org/10.1016/j.envdev.2019.100442>

Kabir, S., Radović-Marković, M., Grozdanić, R., Akther, R., & Kvrđić, G. (2012). The impact of capital mix on rural women entrepreneurs: An evidence from Bangladesh. *Metalurgia Internacional*.

Kallmuenzer, A., Kraus, S., Peters, M., Steiner, J., & Cheng, C. F. (2019). Entrepreneurship in tourism firms: A mixed-methods analysis of performance driver configurations. *Tourism Management*, 74, 319-330.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.04.016>

Kallmuenzer, A., Kraus, S., Peters, M., Steiner, J., & Cheng, C. F. (2019). Entrepreneurship in tourism firms: A mixed-methods analysis of performance driver configurations. *Tourism Management*, 74, 319-330.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.04.016>

- Kamarudin, K. H., Untari, R., & Rashid, M. F. (2020). Sustaining rural livelihood through entrepreneurship and creative village development: Malaysia and Indonesia experience. *Scientific Papers: Management, Economic Engineering in Agriculture & Rural Development*, 20, 303-309.
- Korsgaard, S., Müller, S., & Tanvig, H. W. (2015). Rural entrepreneurship or entrepreneurship in the rural—between place and space. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(1), 5-26.
<https://doi.org/10.1108/IJEBr-10-2013-0191>
- Lang, R., & Fink, M. (2019). Rural social entrepreneurship: The role of social capital within and across institutional levels. *Journal of Rural Studies*, 70, 155-168.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.04.001>
- Li, P. Q., & Kovacs, J. F. (2022). Creative tourism and creative spaces in China. *Leisure Studies*, 41(2), 180-197.
<https://doi.org/10.1080/02614367.2021.1935681>
- Lopes, H. S., Remoaldo, P. C., Ribeiro, V., & Martín-Vide, J. (2021). Perceptions of human thermal comfort in an urban tourism destination—A case study of Porto (Portugal). *Building and Environment*, 205, 108246.
<https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2021.108246>
- Lusambili, A. M., Nyanja, N., Chabeda, S. V., Temmerman, M., Nyaga, L., Obure, J., & Ngugi, A. (2021). Community health volunteers challenges and preferred income generating activities for sustainability: A qualitative case study of rural Kilifi, Kenya. *BMC Health Services Research*, 21(1), 1-9.
<https://doi.org/10.1186/s12913-021-06264-1>
- Mahale, G., Kotur, R., & Byadgi, S. (2011). Women empowerment sustainable livelihood through income generating activities. *Textile Trends*, 54(8), 39-42.
- Meng, Q. U. (2022). Socially engaged art tourism, in-migrants micro-entrepreneurship, and peripheral island revitalization. *Wakayama Tourism Review*, 3, 17-19.
- Mishra, O. (2021). Principles of frugal innovation and its application by social entrepreneurs in times of adversity: An inductive single-case approach. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(4), 547-574.
<https://doi.org/10.1108/JEEE-09-2020-0201>
- Mishra, O., Sharma, R., & Agrawal, B. (2020). Facilitating women prosperity with higher purpose at Vyomini. *South Asian Journal of Business and Management Cases*, 9(2), 198-207.
<https://doi.org/10.1177/2277977920915937>
- Mohammadi, A., Moharrer, M., & Babakhanifard, M. S. (2019). The business model and balanced scorecard in creative tourism: The ultimate strategy boosters. *Current Issues in Tourism*, 22(17), 2157-2182. (in persian)
<https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1655179>
- Molina-Maturano, J., Speelman, S., & De Steur, H. (2020). Constraint-based innovations in agriculture and sustainable development: A scoping review. *Journal of Cleaner Production*, 246, 119001.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119001>
- Muhamad, S., Ali, N., Jalil, A. B. D. U. L., Man, M., & Kamarudi, S. (2017). A sustainable e-business model for rural women: A case study. *Journal of Sustainable Science and Management*, 3, 130-140. (in persian)
- Nandy, P., & Aminul Islam, M. (2010). Climate resilient coastal zone development in Bangladesh: Participatory governance for common resources management. In *Management and sustainable development of coastal zone environments* (pp. 58-72). Springer Netherlands.
https://doi.org/10.1007/978-1-4020-9196-4_6

- Nwosu, I. I., Onoyima, R. O., Madu, I. A., & Nwokocha, V. C. (2019). The socioeconomic effects of small-scale women businesses in broom production and marketing industry: A panacea for sustainable development. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 13(3), 283-295.
<https://doi.org/10.1108/JEC-03-2018-0034>
- Pato, M. L., & Teixeira, A. A. (2016). Twenty years of rural entrepreneurship: A bibliometric survey. *Sociologia Ruralis*, 56(1), 3-28. <https://doi.org/10.1111/soru.12082>
- Pawlusiński, R., & Kubal, M. (2018). A new take on an old structure? Creative and slow tourism in Krakow (Poland). *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16(3), 265-285.
<https://doi.org/10.1080/14766825.2017.1415254>
- Poon, J. P., Thai, D. T., & Naybor, D. (2012). Social capital and female entrepreneurship in rural regions: Evidence from Vietnam. *Applied Geography*, 35(1-2), 308-315.
<https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2012.05.004>
- Qu, M., & Zollet, S. (2023). Neo-endogenous revitalisation: Enhancing community resilience through art tourism and rural entrepreneurship. *Journal of Rural Studies*, 97, 105-114.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.01.010>
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Richards, G. (2019). Creative tourism: Opportunities for smaller places? *Tourism & Management Studies*, 15(1S1), 7-10.
<https://doi.org/10.18089/tms.2019.151S11>
- Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 1-11.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103059>
- Richards, G. (2021). Business models for creative tourism. *Journal of Hospitality & Tourism*, 19(1), 1-13.
<https://doi.org/10.1108/JHTI-04-2020-0154>
- Richards, G., & Cooper, C. (2018). The creative economy, entertainment and performance. In S. Volo, W. C. Gartner, & N. Scott (Eds.), *SAGE handbook of tourism management: Applications of theories and concepts to tourism* (Vol. 2, pp. 315-327). Sage Publications.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS NEWS*, 23, 16-20.
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209-1223.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.10.016>
- Sá, E., Casais, B., & Silva, J. (2018). Local development through rural entrepreneurship, from the Triple Helix perspective: The case of a peripheral region in northern Portugal. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 698-716.
<https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2017-0037>
- Salman, D., & Uygur, D. (2010). Creative tourism and emotional labor: An investigatory model of possible interactions. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 186-197.
<https://doi.org/10.1108/17506181011053294>
- Sati, M. C., & Juyal, R. P. (2008). A gender approach to sustainable rural development of mountains. *Mountain Research and Development*, 28(1), 8-12.

<https://doi.org/10.1659/mrd.0974>

Scoones, I. (1998). Sustainable rural livelihoods: A framework for analysis. Institute of Development Studies Working Paper 72.

Seyfi, S., & Hall, C. M. (2020). Political transitions and transition events in a tourism destination. *International Journal of Tourism Research*, 22(4), 493-506.

<https://doi.org/10.1002/jtr.2355>

Shahraki, H., & Heydari, E. (2019). Rethinking rural entrepreneurship in the era of globalization: Some observations from Iran. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 42.

<https://doi.org/10.1186/s40497-019-0181-9>

Shaker, R. R. (2015). The spatial distribution of development in Europe and its underlying sustainability correlations. *Applied Geography*, 63, 304-314.

<https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2015.06.009>

Singh, R., Gupta, V., & Mondal, A. (2012). Jugaad—From ‘Making Do’ and ‘Quick Fix’ to an innovative, sustainable and low-cost survival strategy at the bottom of the pyramid. *International Journal of Rural Management*, 8(1-2), 87-105.

<https://doi.org/10.1177/097300521200800206>

Smith, R. J. (2015). Ending poverty in Mongolia: From socialism to social development. *International Journal of Social Welfare*, 24(2), 159-169.

<https://doi.org/10.1111/ijsw.12108>

Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D., & Skuras, D. (2004). Rural entrepreneurship in Europe: A research framework and agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 10(6), 404-425.

<https://doi.org/10.1108/9781786350260-005>

Sutter, C., Bruton, G. D., & Chen, J. (2019). Entrepreneurship as a solution to extreme poverty: A review and future research directions. *Journal of Business Venturing*, 34(1), 197-214.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.07.003>

Tabares, A. (2017). International entrepreneurship under an institutional regulative dimension: A cross-national study. *Revista Espacios*, 38(52), Article 52.

Tan, S. K., Luh, D. B., & Kung, S. F. (2014). A taxonomy of creative tourists in creative tourism. *Tourism Management*, 42, 248-259.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.004>

UNWTO (United Nations World Tourism Organisation). (2016). Tourism highlights. Retrieved from

<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>

Utami, D. D., Dhewanto, W., & Lestari, Y. D. (2023). Rural tourism entrepreneurship success factors for sustainable tourism village: Evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2180845.

<https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2180845>

Utami, D. D., Dhewanto, W., & Lestari, Y. D. (2023). Rural tourism entrepreneurship success factors for sustainable tourism village: Evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2180845.

<https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2180845>

Wattanacharoensil, W., & Sakdiyakorn, M. (2016). The potential of floating markets for creative tourism: A study in Nakhon Pathom province, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(sup1), S3-S29.

<https://doi.org/10.1080/10941665.2016.1170854>

Wijayanto, G., Bilgies, A. F., Rivai, Y., Rama, R., & Novandalina, A. (2024). Exploration of Experience-Based Marketing Strategies in Building Customer Engagement and Improving Retention: A Case Study in the Tourism and Travel Industry. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 5(4), 468-477.

<https://doi.org/10.31933/dijemss.v5i4.2486>

World Travel and Tourism Council. (2019). *Travel & tourism economic impact 2019 world*. London: Author

<https://wttc.org/research/economic-impact>

Zhou, L., Cheng, X., Wall, G., & Zhang, D. (2023). Entrepreneurial networks in creative tourism place-making: Dali village, Wuhan, China. *Tourism Geographies*, 25(1), 220-242.

<https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2060564>

Zhu, Y., Lan, H., Ness, D. A., Xing, K., Schneider, K., Lee, S. H., & Ge, J. (2014). Transforming rural communities in China and beyond: Community entrepreneurship and enterprises, infrastructure development and investment modes. Springer.

<https://doi.org/10.1007/978-3-319-05850-7>

Zolfani, S. H., Sedaghat, M., Maknoon, R., & Zavadskas, E. K. (2015). Sustainable tourism: A comprehensive literature review on frameworks and applications. *Economic Research - Ekonomska Istraživanja*, 28(1), 1-30.

<https://doi.org/10.1080/1331677X.2015.1032276>

