



# Investigating the Impact of Entrepreneurial Ecosystem Indicators on the Development of Rural Tourism Businesses

Seyyed Reza Hosseini Kohnooj<sup>✉1</sup>, Hamdollah Sojasi Qeidari<sup>2</sup>

1. Department of Geography Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University, Mashhad, Iran

2. Department of Geography Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University, Mashhad, Iran

## Article Info

### Article type:

Research Paper

### Keywords:

Ecosystem,  
Entrepreneurship,  
Rural tourism.

### Received:

16 Sep 2024

### Received in revised form:

11 Oct 2024

### Accepted:

8 Nov 2024

pp: 60-82.

## Abstract

Tourism businesses in rural areas play a crucial role in generating employment and increasing competitive advantage. However, their success is influenced by various factors related to local entrepreneurship. The aim of the current research is to develop a structural model that identifies the challenges affecting of the ecosystem of tourism businesses in the villages of the Sardoie district, located in Jiroft city. For this study, a structural equation model (SMART-PLS) was used. The independent variables are the indicators of the entrepreneurial ecosystem in six dimensions (natural environment factors; government policies and legal procedures; economic issues; social and cultural issues and norms governing the society; management, technology and business organization issues; human capital) and the dependent variables. Global indicators of the development of tourism businesses (in the dimensions of entrepreneurial ability, tendency and enthusiasm). The results of this test showed; Among the independent variables, financial and economic issues have the highest influence coefficient (0.482). Among the reasons for this, factors such as marketing and financial problems and the limited budget of entrepreneurs and weak support for them can be mentioned. Also, among dependent variables, drivers of cultural support and understanding of networking from the subgroup of entrepreneurial tendency index have the highest influence coefficient. Also, the influence of independent variables on the dependent variable shows that the independent variable has an effect on the dependent variable with a coefficient of (0.486).

**Citation:** Hosseini Kohnooj, Seyyed Reza, Sojasi Qeidari, Hamdollah. (2024). Investigating the impact of entrepreneurial ecosystem indicators on the development of rural tourism businesses, journal of Tourism management studies of the smart era, 1 (1), 60-82.

**Publisher:** Vali-e-Asr University of Rafsanjan

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2024.722042>



© The Author(s)

1. Hossinireza21@yahoo.com

2. ssojasi@um.ac.ir

## Extended Abstract

### Introduction

Today, in the capitalist world, entrepreneurial activity is recognized as a growing industry that is consistently meet demand in the capital market. In various field of study, this activity is viewed as a viable platform for businesses development and for generating sustainable employment and income for local communities. Givining the challenges currently facing Iran's economy, entrepreneurial activities can be identified as a fundamental strategy for fostering economic growth and reducing unemployment. However, Iran's entrepreneurial ecosystem is still in its very early stages, particularly in the tourist sector. Despite recent advancements, Iran's tourism entrepreneurship ecosystem still faces some fundamental problems that make it difficult to attract new investors (Hosseininia and Aliabadi, 2018: 59). Many of the laws and regulations that were intended to encourage entrepreneurship have not yet been suggested, or they are currently being reviewed (Azizi et al., 2017: 105). Furthermore, despite the potential for these ecosystems to lower unemployment and poverty, they have not been investigated as a successful strategy in Iran's tourism industry (Rakanuddin Iftikhari et al., 1389: 1). Because of this dearth of research, choosing the best entrepreneurship strategy is difficult.

Because of this dearth of research, it is difficult for scholars, decision-makers, and other stakeholders to choose the best approach for entrepreneurship growth. It can be deceptive to employ pre-existing models that are incompatible with local circumstances (Haj Aghaei and Khalkhali, 2018: 168).

This research is inspired by theoretical models of the entrepreneurial ecosystem to formulate an optimal structure for the entrepreneurial ecosystem and assess its impact on the development of rural tourism businesses. This is achieved through the consensus of experts in the field at various sector levels, focusing on how to eliminate obstacles and effectively utilize available resources. The current study aims to summarize and design a desirable local model within a systemic framework for tourism entrepreneurial businesses by

integrating various approaches, models, and theories related to in this topic. In the initial phase, indicators for tourism business development in the study area were identified across three dimensions: enthusiasm, capability and inclination to develop tourism businesses. These indicators were adapted from global entrepreneurship metrics and localized for relevance. Subsequently, with input from experts responsible for the entrepreneurial ecosystem indicators, six key dimensions were established, including: physical infrastructure, policies and guidelines, management-technology and organization, supportive culture, human capital, and financial supports. Finally, the relationships of influence or effectiveness among each component of the system were determined and the structural relationships between them were examined.

### Methodology

The current research is applied, developmental, and descriptive-analytical in nature. To gather information in accordance with the research requirements, both library and field methods were employed. The primary objective of this study is to develop a structural model that identifies the challenges impacting the ecosystem of tourism businesses in the villages of the Sardoiye district, located in Jiroft city. For this purpose, a structural equation model (SMART-PLS) was utilized. The independent variables represent indicators of the entrepreneurial ecosystem across six dimensions: natural environmental factors; government policies and legal procedures; economic issues; social and cultural norms governing society; management, technology, business organization issues; and human capital. The dependent variables are global indicators of the development of tourism businesses, specifically in terms of entrepreneurial ability, inclination and enthusiasm. The statistical population for this research is entrepreneurs of Sardoiye district, specifically from the three villages of Sardoiye, Gore, and Delfard. Participant were selected based on the criterion that they have recently initiated a business in tourism sector.

## Results

According to the test's results, financial and economic concerns had the largest influence coefficient (0.482) among the independent variables. This can be attributed to a number of variables, including financial and marketing issues, entrepreneurs' limited funds, and a lack of support. Additionally, the drivers of networking comprehension and cultural support from the entrepreneurial tendency index subgroup had the highest influence coefficient among dependent factors. Additionally, Figure 2's analysis of the relationship between independent and dependent variables reveals that the former has an impact on the latter, with a coefficient of (0.486). The outcomes of this section of the study can be contrasted with those of Zhou et al. (2017) and Mahmoud et al. (2020). According to their findings, understanding the factors that influence the tourism entrepreneurship ecosystem—particularly its economic aspects—has a major impact on the growth of tourism-related enterprises.

## Discussion and Conclusion

The pattern gleaned from this section demonstrated that, in addition to paying attention to economic issues, we must constantly search for opportunities because the current market for tourism businesses is one that is changing quickly and makes it uncertain that the businesses will be able to achieve their desired goals by continuing with their current operations and activities. are new to the market, so to observe improved performance in this area, in addition to economic drivers in the topic of rural tourism entrepreneurship ecosystem, focus on the elements of entrepreneurial orientation, such as cultural supports, networking comprehension, building a database among entrepreneurs, and understanding skills and opportunities as well as focused risk taking.

## Funding

This article is taken from the same-titled PhD dissertation, which was completed with the financial and spiritual support of Ferdowsi University of Mashhad.

## Authors' Contribution

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

## Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

## Acknowledgments

We would like to express our gratitude to the Honorable Vice Chancellor for Research at Ferdowsi University of Mashhad for his financial and moral support in the implementation of this research. The respected referees are thanked for providing structural and scientific comments.

## بررسی تأثیر شاخص‌های اکوسیستم کار آفرینی بر توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی

سیدرضا حسینی کهنوج<sup>۱</sup> ✉، حمدالله سجاسی قیداری<sup>۲</sup>

۱- گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران

۲- گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران.

### اطلاعات مقاله چکیده

نوع مقاله:

پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۶/۲۶

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۰۷/۲۰

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۰۸/۱۸

صص. ۸۲-۶۰

کلید واژه‌ها:

اکوسیستم،

کار آفرینی،

گردشگری روستایی.

کسب و کارهای گردشگری در مناطق روستایی نقشی اساسی در ایجاد اشتغال و افزایش مزیت رقابتی دارند؛ با این حال موفقیت آن‌ها تحت تأثیر عوامل مختلف کارآفرینی محلی است؛ از این رو هدف پژوهش حاضر، ارائه یک الگوی ساختاری جهت شناسایی چالش‌های اثرگذار بر وضعیت اکوسیستم کسب و کارهای گردشگری در روستاهای بخش ساردوئیه واقع در شهرستان جیرفت است. برای این کار از مدل معادلات ساختاری (SMART-PLS) استفاده شد. متغیرهای مستقل را شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی در ابعاد شش‌گانه (عوامل محیط طبیعی، سیاست‌های دولتی و رویه‌های قانونی، مسائل اقتصادی، مسائل و هنجارهای اجتماعی و فرهنگی حاکم بر جامعه، مسائل مدیریت، فناوری، سازمان‌دهی کسب‌وکارها و سرمایه انسانی) و متغیرهای وابسته را شاخص‌های جهانی توسعه کسب‌وکارهای گردشگری (در ابعاد توانایی، گرایش و اشتیاق کارآفرینانه) تشکیل می‌دهند. نتایج این آزمون نشان داد در بین متغیرهای مستقل، پیشران مسائل مالی و اقتصادی بیش‌ترین ضریب تأثیرگذاری (۰/۴۸۲) را داراست. از دلایل این امر می‌توان به عواملی هم‌چون بازاریابی و مشکلات مالی و بودجه محدود کارآفرینان و حمایت‌های ضعیف از آن‌ها اشاره کرد. هم‌چنین در بین متغیرهای وابسته، پیشران پشتیبانی فرهنگی و درک شبکه‌سازی از زیرگروه شاخص گرایش کارآفرینانه بیش‌ترین ضریب تأثیرگذاری را دارا می‌باشند. افزون بر این، میزان تأثیر (ضریب تأثیر) متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته نشان می‌دهد که متغیر مستقل با ضریب (۰/۴۸۶) بر متغیر وابسته تأثیر دارد. یافته‌های این پژوهش دربرگیرنده نکات کلیدی در رابطه با شاخص‌های بومی توسعه کارآفرینی گردشگری در منطقه مورد مطالعه است و می‌تواند برای مدیران و برنامه‌ریزان توسعه گردشگری و صاحبان کسب و کارها مفید باشد.

**استناد:** حسینی کهنوج، سیدرضا، سجاسی قیداری، حمدالله. (۱۴۰۳). بررسی تأثیر شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی بر توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی، دو فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، ۱(۱)، ۱۱۵-۸۲.

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2024.722042>



نویسندگان

©

ناشر: دانشگاه ولی عصر رفسنجان

بررسی تأثیر شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی بر توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی / حسینی کهنوج و سجاسی قیداری

## مقدمه

امروزه در دنیای سرمایه‌داری، از فعالیت کارآفرینانه به‌عنوان یک صنعت روبه‌رشد یاد می‌شود که دائماً با تقاضا در بازار سرمایه مواجه است. در علوم مختلف نیز از این فعالیت، به‌عنوان بستری مناسب جهت توسعه کسب و کارها و ایجاد اشتغال و درآمدزایی پایدار برای جوامع محلی یاد می‌شود (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۷). با توجه به چالش‌هایی که اکنون اقتصاد ایران با آن درگیر است، فعالیت‌های کارآفرینانه می‌تواند به‌عنوان یک راهبرد اساسی جهت ایجاد رشد اقتصادی و کاهش بیکاری شناخته شود (علیزاده و همکاران، ۱۳۹۸: ۹۰). بنابراین، نیاز به توسعه کارآفرینی و توسعه از درون برای جبران کوچک‌سازی نهادهای دولتی و حمایت از موج خصوصی‌سازی امری ضروری است (Zhou, 2019). با این حال، بدون اکوسیستم کارآفرینی مناسب که از توسعه کسب‌وکارهای محلی در مقابل تدوین سیاست‌های کارآفرینی در سراسر کشور حمایت می‌کند، دستیابی به یک محیط با ثبات برای کارآفرینی دشوار خواهد بود (قربان‌نیاخیبری و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۰۸)؛ زیرا تغییرات اجتماعی و اقتصادی کنونی و رقابت فزاینده‌ای که در بازار کسب‌وکارهای ایران مشاهده می‌شود، بیان‌گر آن است که فشار زیادی بر بازار کسب‌وکارهای ایران است تا به یک مدل منطقی و با ثبات برسد. لذا، این خود ضرورت اکوسیستم کارآفرینی را توجیه می‌کند (رخام، ۱۳۹۵: ۱۰). این رهیافت طی دهه اخیر توجهات فزاینده‌ای را به‌خود معطوف داشته است؛ به‌طوری‌که دولت‌ها، تشکلات اقتصاد خصوصی، دانشگاه‌ها و مراکز علمی شروع به شناسایی پتانسیل‌های بالقوه، سیاست‌ها و خط‌مشی‌های یکپارچه، ساختارها، برنامه‌ها و فرآیندهایی نموده‌اند که فعالیت‌های کارآفرینانه منطقه‌ای را پرورش و ترقی داده و از نوآوری و رشد کسب‌وکارها حمایت کنند (حیدری و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۱).

اکوسیستم کارآفرینی گردشگری، مفهومی سیال و چندبعدی است و شناخت آن نیازمند توجه به ابعاد همه‌جانبه است (حسینی کهنوج و سجاسی قیداری، ۱۴۰۳: ۱). اکوسیستم کارآفرینی روستایی می‌تواند راهبردی مناسب برای شتاب‌دهی به توسعه کارآفرینی و اشتغال‌زایی در مناطق روستایی باشد (سخدری و همکاران، ۱۴۰۲: ۱۶۹). امروزه اکوسیستم کسب‌وکارهای کارآفرینانه مجموعه‌ای از دورنماهای فرهنگی، شبکه‌های اجتماعی، حمایت مالی و سیاست‌های اقتصادی فعالی هستند که محیط‌های حمایتی کسب‌وکارها را خلق می‌کنند (سایه‌وند و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۱۰). در نتیجه این تعامل، فراهم‌شدن بسترها و رویکردهای متنوع پیرامون بحث اشتغال‌زایی در سطح محلی می‌باشد (رضایی و همکاران، ۱۳۹۸: ۸۰). بستری که امروزه در ادبیات کارآفرینی کسب‌وکارها به آن استناد می‌شود، اشاره به یک محدوده جغرافیایی دارد که می‌تواند به‌صورت ملی، منطقه‌ای یا حتی محلی نقش‌آفرینی کند (Wang & Yotsumoto, 2019). هم‌چنین این رویکرد بر روی دادن کارآفرینی در جامعه‌ای از فعالان وابسته به هم که لازم و ملزوم یکدیگر می‌باشند، تأکید دارد (داوری و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۰۳). در کل آن‌چه سبب اشتراک رویکرد مفهوم اکوسیستم کارآفرینانه با دیگر مفاهیم موجود هم‌چون خوشه‌ها، مناطق صنعتی و سیستم‌های نوآوری شده است در تأکید بر محیط خارجی کسب‌وکار می‌باشد (رمضانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۰). از آن‌جا که نقاط روستایی از پتانسیل‌های گردشگری در ابعاد مختلفی هم‌چون اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی و طبیعی برخوردار هستند، می‌توانند یکی از کانون‌های مورد توجه در قلمرو سرزمینی باشند (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۳). علاوه بر این، گردشگری روستایی می‌تواند به‌عنوان فرآیندی سیستمی و در قالب سیاست‌های توسعه منطقه‌ای و محلی، امکان توزیع عادلانه خدمات و تسهیلات عمومی را در مناطق روستایی را فراهم ساخته و به بهبود کیفیت زندگی، کاهش مهاجرت‌های روستایی و برخورداری روستاییان از معیشت پایدار و رفاه اقتصادی کمک کند (Badola et al., 2018).

با این وجود، اکوسیستم کارآفرینی به‌خصوص در بُعد گردشگری در ایران هنوز در مرحله بسیار نابالغی قرار دارد. اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در ایران علی‌رغم بهبودهایی که در سال‌های گذشته داشته است، هنوز دارای برخی مسائل اساسی است که در مواجهه با سرمایه‌گذاری‌های جدید هم‌چنان به‌عنوان یک چالش باقی مانده‌اند (حسینی نیا و علی‌آبادی، ۱۳۹۸: ۵۹). سیاست‌ها و قوانینی که قرار بود کارآفرینی را تقویت کنند، هنوز در دست بررسی می‌باشند یا بسیاری از آن‌ها هنوز مطرح نشده‌اند (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۷:

۱۰۵). از سوی دیگر، این اکوسیستم‌ها در فضای گردشگری ایران، علی‌رغم وجود فرصت‌های بالقوه‌ای که برای کاهش فقر و بیکاری و... دارند، همچنان به‌عنوان یک رویکرد اثربخش مورد مطالعه قرار نگرفته‌اند (خشایاری و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۵۰). این فقدان مطالعاتی تعیین یک استراتژی درست برای توسعه کارآفرینی را برای محققان، سیاست‌گذاران و بازیگران مختلف چالش‌برانگیز می‌سازد. استفاده از مدل‌های موجود که با شرایط محلی همخوانی ندارد، می‌تواند گمراه‌کننده باشد (حاج‌آقایی و خلخالی، ۱۳۹۸: ۱۶۸).

بررسی موانع و مشکلات کسب‌وکارهای کارآفرین‌محور در بُعد گردشگری بدون بررسی و شناخت محیط کسب‌وکار امکان‌پذیر نخواهد بود (اصغری و جعفری، ۱۳۹۷: ۱۶۰). علاوه بر این موارد، شاید مهم‌ترین مسئله جا افتاده در بحث مشکلات اکوسیستم کارآفرینی کسب‌وکارهای گردشگری روستایی در ایران، فقدان رهیافتی جامع‌نگر و سازگار با الگوهای بومی می‌باشد (اکبری‌سامانی و همکاران، ۱۳۹۹: ۵۵۷). در این ارتباط می‌توان به بخش ساردوئیه در شهرستان جیرفت واقع در استان کرمان اشاره کرد که به‌دلیل موقعیت جغرافیایی و وجود اقلیم‌های متنوع به‌عنوان یک اکوسیستم طبیعی کمیاب و استثنایی، روستاهای این بخش را به یک مجموعه عظیم گردشگری با جاذبه‌های بی‌نظیر تبدیل کرده است (دهقانی و عادل‌ساردو، ۱۳۹۷: ۷۳). این در حالی است که مشکلات عدیده‌ای از جمله نرخ تورم و تبعات اجتماعی ناشی از آن کارآفرینان را تهدید می‌کند؛ زیرا طی چند دهه گذشته، کسب‌وکارها اغلب به‌صورت خودجوش و به‌دلیل توان‌های گردشگری منطقه شکل گرفته‌اند (تقدیسی و همکاران، ۱۳۹۴: ۴) و برای فراگیر شدن و توسعه، با موانعی چون بروکراسی‌های اداری، بی‌ثباتی مدیران و کارفرمایان دولتی، عدم وجود قوانین مناسب و حمایتی از سوی دولت، نبود اطمینان محیطی به دلیل فصلی بودن کسب‌وکارهای گردشگری و... مواجه می‌شوند که فضای نامساعدی را پیش روی فعالان بخش گردشگری قرار می‌دهد (قدیری‌معصوم و همکاران، ۱۳۹۹: ۷۱-۱۰۵)؛ بر اساس این ضرورت، اکوسیستم کسب‌وکارهای کارآفرینی گردشگری روستایی بخش ساردوئیه در شهرستان جیرفت به‌وضوح نیاز به اتخاذ یک مدل بومی با نگاه سیستمی می‌باشد.

این پژوهش با الهام از الگوهای نظری اکوسیستم کارآفرینی در پی تدوین الگوی مطلوب از ساختار اکوسیستم کارآفرینی و تأثیر آن بر توسعه کسب‌وکارهای گردشگری روستایی با هم‌اندیشی متخصصان این حوزه در سطوح بخشی و چگونگی رفع موانع و استفاده بهینه از ظرفیت‌های آن است. پژوهش حاضر سعی دارد تا با ترکیب رویکردها، مدل‌ها و نظریه‌های مطرح در این رابطه به جمع‌بندی و طراحی الگوی بومی مطلوب در چهارچوب رویکرد سیستمی به مبحث کسب‌وکارهای کارآفرینی گردشگری بپردازد که در این مسیر می‌توان به دو گام اساسی اشاره کرد: در گام اول شاخص‌های توسعه کسب‌وکارهای گردشگری در منطقه مورد مطالعه در سه بعد اشتیاق، توانایی و گرایش به توسعه کسب‌وکارهای گردشگری بود که با الهام از شاخص‌های جهانی کارآفرینی استخراج گردید و این شاخص‌ها بومی‌سازی شدند. در ادامه نیز با نظر متخصصان صاحب‌امر شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی در شش بُعد کلیدی که شامل ابعادی از قبیل: زیرساخت‌های فیزیکی، سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها، مدیریت- فناوری و سازمان‌دهی، فرهنگ حمایتی، سرمایه انسانی، پشتوانه‌های مالی می‌باشد، استخراج شدند. در ادامه نیز روابط میزان تأثیرگذاری یا تأثیرپذیری هر کدام از اجزای سیستم مشخص شد و روابط ساختاری میان آن‌ها بررسی گردید.

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

موضوع کسب‌وکارها به‌جهت ارتباط عمیق با بحث کارآفرینی، شکل ویژه‌ای از مطالعات این حوزه را به‌خود اختصاص داده است که تلفیقی از رویکرد رشدگرایی اقتصادی و محیط‌گرایی، برپایه حفظ پایداری است که براساس سیاست‌ها و رویه‌های خاص خود دارای تعریف، ابعاد و شاخص‌های ویژه‌ای است که تا حدودی از سایر اشکال کارآفرینی متمایز است (Lee et al, 2018). در اکوسیستم کسب‌وکارهای محلی، به‌روشنی نقش دو عامل انسان و عوامل محیطی و تعامل این دو در شکل‌گیری کسب‌وکارهای حوزه گردشگری برجسته است؛ از این رو بی‌شک مناسب‌ترین چارچوب جهت بررسی تأثیر پیش‌بران‌های اکوسیستم کسب‌وکارها، بر توسعه گردشگری روستایی با رویکرد سیستمی

بررسی تأثیر شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی بر توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی / حسینی کهنوج و سجاسی قیداری

می‌باشد. این دیدگاه از اوایل قرن بیستم به وسیله پژوهشگرانی چون ویلن و کامونز<sup>۱</sup> مطرح گردید و در ادامه به وسیله نورث، گرانچی و آیزز<sup>۲</sup> توسعه یافت (Lerner & Haber, 2001). این تحقیقات در واقع استدلال می‌کند که افراد با چه چالش‌هایی در کسب و کارها درگیر می‌باشند و چه عواملی بر موفقیت یا ناکامی بلندمدت آن‌ها تأثیرگذار می‌باشد. هرچند قوانین سیستماتیک محیط‌های شکل‌دهنده فضای کسب و کارها در محدوده سرزمینی یکسان‌اند، اما فرض اصلی بر این امر استوار است که زیرسیستم‌ها متشکل از ارزش‌های فرهنگی و هنجارهای محلی می‌باشند که هر ناحیه جغرافیایی را نسبت به سایر نواحی جدا می‌سازد (Neck et al., 2004). ارائه مدل اکوسیستم‌های کسب و کارهای کارآفرینانه در چهارچوب رویکرد سیستمی، برای اولین بار توسط والدز در سال ۱۹۸۸ در مقاله‌ای با نام «اکوسیستم‌های کارآفرینانه، پیش‌به‌سوی تئوری تشکیل کسب و کارهای نو»، بنا نهاده شد. والدز در ارائه این مدل این چنین بیان می‌نماید که رفتار انسانی، حاصل تعامل فرد با محیط اطرافش می‌باشد (Kensbock & Jennings, 2001). یک سال پس از والدز، دانشمندی به اسم دوبنی، مفهوم اکوسیستم‌های کسب و کارهای کارآفرینانه را در قالب محیط معرفی کرد که در آن مجموعه‌ای مرکب از سرمایه در دسترس برای سرمایه گذاری، کسب و کارهای خانوادگی، حمایت‌ها و سیاست‌های عمومی، فرهنگ و زیرساخت‌ها از جمله عوامل موجود در محیط است که مشوق خلق کسب و کارهای مخاطره‌آمیز می‌باشد (شریعتی‌مزینانی، ۱۳۹۴: ۱۲). از آنجایی که تا آن زمان چارچوبی یکپارچه از تحقیقات برای رشد کسب و کارهای کارآفرینانه در مناطق جغرافیایی وجود نداشت، فوگل و نیوالی در سال (۱۹۹۴)، چارچوبی را ارائه دادند که در آن ابعاد محیطی با فرآیند ایجاد کسب و کارهای مخاطره‌آمیز در ارتباط می‌باشد (Kline et al., 2014). تأکید ویژه در این چارچوب بر نقش وضعیت محیطی بر توسعه فرصت‌ها و افزایش تمایل و قابلیت افراد به توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه می‌باشد (بهرامی‌پور، ۱۳۹۹: ۲۰). مدل بعدی در رویکرد اکوسیستم مربوط به تحقیقات آیزنبرگ<sup>۳</sup> می‌باشد. تحقیقات وی در سال ۲۰۱۰ انتشار یافت که نظریه خود را در شش بخش سیاست، مالی، فرهنگ، حمایت‌ها، سرمایه انسانی و بازار خلاصه کرد.

آنچه که جوهره نظریه‌های پدیدارشناسی اکوسیستم کسب و کارها را تشکیل می‌دهد، در تئوری‌های ترکیبی ظهور می‌کند؛ زیرا قدرت، دامنه و تأثیر برنامه‌های فعلی کسب و کارها در این امر نهفته شده است. در سال‌های اخیر در زمینه کسب و کارها نظریات ترکیبی بیشماری ارائه شده است که از جمله مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به نظریه ساختاری و نظریه فلسفه رویکرد نهادی اشاره کرد. ساراسون و همکارانش با استفاده از نظریه ساختاری به توصیف رابطه میان اکوسیستم کسب و کارها و فرصت‌های موجود پرداخته‌اند (نظریان و حدادی‌مقدم، ۱۳۹۲: ۷؛ احمدپورداریانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۶۵). در اندیشه آن‌ها کارآفرین و فرصت، موجودیت‌هایی مستقل از هم نیستند. بر این اساس، تمرکز محققان این نظریه، منجر به شکل‌گیری دو رویکرد کلی شده است که یا به ویژگی‌های زمینه اجتماعی به‌عنوان منبع فرصت (رویکرد جامعه‌شناسی) یا به کارآفرین و ویژگی‌های شخصیتی او (رویکرد روان‌شناسی) توجه دارد. نظریه فلسفه رویکرد فرآیندی از دیگر نظریاتی است که به دنبال آن است که بگوید «هر آن‌چه موجود است ساخته نشده، بلکه در حال ساخته شدن است.» بر اساس مطالب پیشین، کسب و کار یک فرآیند شدن است تا یک حالت بودن. فرآیند کسب و کارها یک حالت پایدار نیست (تقدیسی و همکاران، ۱۳۹۴: ۵).

به‌طور کلی تمامی مدل‌ها و نظریه‌های یادشده، چشم‌اندازهای کلان اکوسیستم کسب و کارهای کارآفرینانه را مورد تأکید قرار داده و نسبت به آن توجه دارند؛ بنابراین به اختصاص دادن نتایج، هزینه‌ها و مزایای محلی توجه نمی‌کنند (حسینی‌نیا و علی‌آبادی، ۱۳۹۸: ۶۰). بر اساس این ضرورت، اکوسیستم کسب و کارهای گردشگری روستایی به‌وضوح نیازمند اتخاذ یک رویکرد همه‌جانبه‌نگر برای توسعه می‌باشد. در این بین، تدوین راهبردهای اساسی و سیاست‌گذاری‌های بلندمدت و تعاملات هدفمند بین‌بخشی برای استفاده از ظرفیت‌های بالقوه

1. Veblen & Comunes  
2. North, Granci & Ayers  
3. Isenberg

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ۱، شماره ۱، ۸۲-۶۰، پاییز و زمستان ۱۴۰۳

موجود، شناسایی پیشران‌ها و روابط ساختاری میان آن‌ها، جهت پیش‌بینی آینده این روابط در سطح منطقه، می‌تواند اکوسیستم کسب و کارهای گردشگری را به سمت پایداری سوق دهد و تحولی شگرف در عرصه برنامه‌ریزی مدرن ایجاد کند. به عبارت دیگر، پیوند این دو، فرآیندی است از تلاش منظم برای نگرستن به عناصر راهبردی اکوسیستم که ضمن در نظر گرفتن منافع اقتصادی و اجتماعی ساکنین، کم‌ترین خسارت را به ظرفیت‌های توسعه روستا وارد نموده و شرایط مطلوبی را نیز به وجود می‌آورد (تقدیسی و همکاران، ۱۳۹۴: ۶). در رابطه با اکوسیستم کسب و کارهای گردشگری، مطالعات متعددی صورت پذیرفته است و هر کدام از محققان، عناصر و پیشران‌های خاص خود را به عنوان فاکتورهای اثرگذار معرفی کرده‌اند.

جدول ۱: پیشینه‌های به کار رفته در پژوهش

نویسندگان / سال	عنوان پژوهش	یافته‌های پژوهش
حسینی‌نیا و علی‌آبادی (۱۴۰۰)	طراحی مدل سرعت‌بخش توسعه و گسترش بوم سامانه‌های کارآفرینی گردشگری در محیط روستایی ایران از دیدگاه نخبگان	تحلیل نتایج نشان داد که مجموعه‌ای از عوامل وجود دارد که اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در بستر روستایی ایران را تحت‌تاثیر قرار می‌دهند. این عوامل به ترتیب شامل عوامل حمایتی و پشتیبانی، فرهنگی اجتماعی، نظام‌های سیاستی - حاکمیتی، بازار، مالی اقتصادی، شبکه‌سازی و ارتباطات، سرمایه انسانی، ظرفیت‌های طبیعی و توان زیرساختی هستند.
رحمتی و همکاران (۱۴۰۱)	ارائه مدل اکوسیستم کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری استان مازندران: رویکردی آمیخته	نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی نشان داد که مدل ارائه شده از برآزش مناسبی برخوردار است و فرهنگ با بار عاملی ۰/۹ بیش‌ترین تاثیر و بعد سرمایه انسانی با بار عاملی ۰/۷۵ کم‌ترین تاثیر را در تبیین سازه اکوسیستم کارآفرینی گردشگری دارند. در ادامه، جهت ارزیابی وضعیت اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در استان مازندران براساس مدل مذکور از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده شد. نتایج آزمون تی نشان داد که اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در استان مازندران بسیار نوپاست. بنابراین، جهت بهبود عملکرد اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در استان مازندران، پیشنهاد می‌شود براساس مدل ارائه شده در این پژوهش تمامی زیرسیستم‌ها در کنار یکدیگر رشد کنند و تقویت شوند تا از طریق هم‌افزایی، توانایی اکوسیستم افزایش یابد.
اسماعیلی و همکاران (۱۴۰۱)	تحلیل کیفی عناصر اکوسیستم کارآفرینی صنعت مهمان‌نوازی و گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان بندر انزلی)	براساس یافته‌های پژوهش، ۱۴ عنصر اصلی و ۵۹ عنصر فرعی اکوسیستم کارآفرینی تاثیرگذار بر توسعه گردشگری شناسایی و مفهوم‌سازی شد که عناصر اصلی آن عبارتند از: «سیاست و خط مشی»، «فرهنگ جامعه محلی»، «تنوع قابلیت‌ها»، «آموزش»، «سرمایه انسانی»، «شبکه‌سازی»، «جریان دانش و نوآوری»، «مزیت رقابتی»، «ظرفیت نهادی»، «مدیریت مقصد»، «مدیریت برند»، «قوانین و مقررات»، «هوشمندی سرمایه‌گذاری و تامین مالی» و «بازار هدف برنامه ریزی شده»
سورش و رامراج (۲۰۱۲)	اکوسیستم کارآفرینی: مطالعه موردی تأثیر عوامل محیطی بر موفقیت کارآفرینی	در مطالعه کیفی خود هفت مؤلفه (حمایت اخلاقی، مالی، فنی، اجتماعی، شبکه‌ای، دولت و محیطی) را به عنوان اجزای اکوسیستم تشخیص دادند که می‌توانند بر توسعه کسب و کارها تأثیر بگذارند.

بررسی تأثیر شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی بر توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی / حسینی کهنوج و سجاسی قیداری

<p>ضمن توجه به روند پیش‌بینی شده اقتصادی درازمدت و آسیب‌پذیری کسب و کارهای گردشگری در مناطق روستایی پیشنهاد می‌کنند که عناصر بحرانی در یک محیط کاری شناسایی شود.</p>	<p>تحلیل فضایی گردشگری، کارآفرینی و اکوسیستم کارآفرینی در کارولینای شمالی، ایالات متحده آمریکا</p>	<p>کلان و همکاران (۲۰۱۴)</p>
<p>به این نتیجه رسیدند که جمهوری کرواسی یکی از کشورهایی است که تأکید زیادی بر توسعه کسب و کارهای گردشگری؛ به‌خصوص در مناطق روستایی به‌عنوان یک صنعت استراتژیک دارد که می‌تواند شرایط اقتصادی کشور را بهبود بخشد. با این حال، نتایج بسیار امیدوارکننده نیست. توسعه اکوسیستم کسب و کارها به‌شدت از شاخص‌هایی نظیر: رهبری، تراکم شبکه، دولت، استعداد، خدمات پشتیبانی، تعامل، شرکت‌ها و سرمایه تأثیر می‌پذیرد.</p>	<p>تأثیر اکوسیستم کسب و کار بر توسعه گردشگری روستایی</p>	<p>دلیچ و پریچ (۲۰۱۸)</p>
<p>به این نتیجه رسیده‌اند که پتانسیل رشد چشم‌گیر کسب و کارهای گردشگری روستایی در دانمارک، نروژ و سوئد بسیار بالاست. با این حال، پنج شکاف نوآوری از جمله: (۱) عدم دسترسی فراگیر به اطلاعات کسب و کارها، (۲) موانع اطلاعاتی (عدم نشر فراگیر اطلاعات در سازمان‌ها)، (۳) شکاف دانش (موانع شناسایی اطلاعات بروز شده)، (۴) انگیزه تغییر و (۵) تفسیر منابع و انتقال آن، کارآفرینی گردشگری را در این مناطق را مختل می‌کند.</p>	<p>شکاف‌های نوآوری در گردشگری روستایی اسکاندیناوی</p>	<p>هجالگر و همکاران (۲۰۱۸)</p>

با مرور مطالعات انجام شده به‌وضوح می‌توان دریافت که در مدل‌های موردنظر، توجه به بحث اکوسیستم کارآفرینی گردشگری و پوشش تمامی مسائل تهدیدکننده کسب و کار، بسیار کم بوده و هرکدام از صاحب‌نظران به بخشی از این مشکلات اشاره کرده‌اند. در پژوهش حاضر سعی شد تا با استخراج ابعاد هفت‌گانه (مسائل طبیعی و زیست‌محیطی، سیاست‌های دولتی و رویه‌های قانونی، شرایط اقتصادی، هنجارهای اجتماعی و فرهنگی حاکم بر جامعه، تکنولوژی و زیرساخت‌ها، منابع انسانی و مسائل انگیزشی و روانی) که مرکب از مدل‌ها و پژوهش‌های ذکر شده می‌باشد، در راستای پوشش تمامی مسائل کسب و کارها اقدام شود؛ زیرا در پژوهش‌های ذکر شده این کل‌نگری و دید ترکیبی رعایت نشده است. تفاوت دیگری که خروجی این پژوهش با مدل‌های ارائه شده دارد در ارائه الگوی تأثیر پیشران‌های اکوسیستم کارآفرینی بر شاخص‌های توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی براساس روابط معادلات ساختاری از بطن پژوهش‌های کیفی و تجربه‌های زیسته کارآفرینان بومی است که آن را از حالات مدل خارج کرده و براساس معادلات علمی به‌سمت طراحی الگو سوق می‌دهد. در این الگو قرار است بخشی از واقعیت کسب و کارهای گردشگری ایران در قالب روابط اثرگذاری یا اثرپذیری و هم‌چنین روابط علی و هم‌بسته بین عناصر بومی سنجیده شود. هم‌چنین این الگو نمی‌تواند بدون سنجش محلی و در مقیاس کلان طراحی شود.

## مواد و روش‌ها

نوع پژوهش حاضر، کاربردی و توسعه‌ای و به لحاظ روش، توصیفی-تحلیلی می‌باشد. جهت جمع‌آوری اطلاعات بر حسب مقتضیات پژوهش از شیوه کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. این مقاله به‌دنبال بررسی تأثیر پیشران‌های اکوسیستم کارآفرینی بر توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی در بخش ساردوئیته شهرستان جیرفت است. با توجه به غیراحتمالی بودن روش نمونه‌گیری از نوع مدل‌سازی معادلات ساختاری با روش حداقل مربعات جزئی و با نرم‌افزار SMART PLS نسخه ۳/۲/۸ استفاده شد.

متغیرهای مستقل در این پژوهش همان شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی در منطقه می‌باشند. در ابتدای امر کدهای تلفیقی از مدل‌ها و مطالعات نام‌برده شده در رابطه با شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی استخراج شد. سپس از ۱۵ کارآفرین جهت بومی‌سازی شاخص‌ها و اصلاح آن‌ها کمک گرفته شد. در نهایت ۳۱ متغیر در ابعاد شش‌گانه (عوامل محیط طبیعی، سیاست‌های دولتی و رویه‌های قانونی، مسائل اقتصادی، مسائل و هنجارهای اجتماعی و فرهنگی حاکم بر جامعه، مسائل مدیریت، فناوری و سازمان‌دهی کسب‌وکارها، سرمایه انسانی) مورد استفاده قرار گرفت.

جدول ۲: شاخص‌های استخراج شده از بحث اکوسیستم کارآفرینی

علائم اختصاری	کدهای استخراج شده	مؤلفه‌ها
CA1	مخاطرات محیط طبیعی (مانند سیل، زلزله، یخبندان و ...)	زیرساخت‌های فیزیکی
CA2	فصلی بودن کسب‌وکارهای گردشگری	
CA3	محدودیت‌های دسترسی به خدمات و زیرساخت‌های فیزیکی در مناطق روستایی	
CA4	مشکلات زیست‌محیطی	
CB1	وجود بروکراسی‌ها و تشریفات اداری زمان‌بر	سیاست‌های دولتی (رویه‌های قانونی)
CB1	سطح سواد حقوقی پایین کارآفرینان	
CB2	ضعف خدمات حمایتی (مالی و زیرساختی) متأثر از سیاست‌های ارزی ناشی از تحریم‌ها بر فضای کسب‌وکار	
CB3	فسادها و تبعیض‌های موجود	
CB4	مشکلات قوانین مالیاتی، راه‌اندازی کسب‌وکار و قیمت‌گذاری در زمینه کسب‌وکارهای گردشگری	
CB5	مدیریت سردرگم و تعدد دستگاه‌های متولی زیرمجموعه دولت	پشتوانه مالی (مسائل اقتصادی)
CC1	شناخت ضعیف کارآفرینان نسبت به مشاغل گردشگری	
CC2	ضعف در بازاریابی محصولات گردشگری	
CC3	راهبردهای نامطلوب بازار رقابتی	
CC4	امور مالی و مشکلات بودجه در دسترس کارآفرینان	فرهنگ حمایتی
CD1	نبود شبکه تعاملی میان کارآفرینان	
CD2	الگوبرداری‌های نابه‌جا از کسب‌وکارهای اطرافیان	
CD3	ضعف در فرهنگ کارآفرینی و پذیرش نوآوری‌ها	
CD4	ضعف مسائل آموزشی و تحصیلی	
CD5	نداشتن احساس امنیت و پایداری کسب‌وکارها	مسائل مدیریت، فناوری، سازمان‌دهی کسب‌وکارها
CE1	مشکلات عدیده ساختاری و مدیریتی	
CE2	ضعف در ارتباط شبکه‌ای بین پیوندهای گردشگری و صنعت	
CE3	ضعف ساماندهی فیزیکی شبکه یکپارچه خدمات کسب‌وکارها	
CE4	ضعف در زیرساخت‌های تجاری و فناوری اطلاعات	مسائل سرمایه‌های انسانی
CF1	پایین بودن روحیه همکاری و مشارکت	
CF2	بی‌تجربگی و فقدان دانش جمع‌گرا	

بررسی تأثیر شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی بر توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی / حسینی کهنوج و سجاسی قیداری

CF3	درک پایین جامعه محلی نسبت به کسب و کارهای گردشگری
CF4	مشکلات شراکت نامناسب
CF5	پیوندهای اجتماعی ضعیف
CF6	عدم انگیزه کافی در راه‌اندازی کسب و کارهای گردشگری
CF7	داشتن نگرش ایستا نسبت به شکل‌گیری کسب و کارها
CF8	شرایط جسمی و نداشتن الگو و برنامه موفق در زمینه کسب و کارها

هم‌چنین از مؤلفه‌های عملکرد شاخص‌های توسعه کسب و کارهای گردشگری در منطقه مورد مطالعه که برخاسته از شاخص‌های جهانی کارآفرینی است، به‌عنوان متغیرهای وابسته استفاده شد. این مؤلفه‌ها به سه زیرمجموعه از جمله شاخص‌های گرایش کارآفرینانه (درک فرصت، مهارت و راه‌اندازی کسب و کار، پذیرش ریسک، شبکه‌سازی، پشتیبانی‌سازی فرهنگی)، شاخص‌های توانایی کارآفرینانه (کسب و کار نوپا مبتنی بر فرصت، جذب فناوری، سرمایه انسانی و رقابت) و شاخص‌های اشتیاق کارآفرینانه (نوآوری محصول، نوآوری فرآیند، رشد بالا، بین‌المللی‌سازی و سرمایه ریسک‌پذیر) تقسیم می‌شوند. در جدول زیر متغیرهای مستقل و وابسته به‌همراه دسته‌بندی و هم‌چنین علائم اختصاری آن‌ها آورده شده است (جدول ۳).

جدول ۳: شاخص‌های توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی

شاخص	ارکان	گویه‌ها	علائم اختصاری
شاخص‌های گرایش کارآفرینانه	درک فرصت	قدرت شناسایی فرصت‌ها توسط کارآفرینان در شروع یک کسب و کار	(A1)
		داشتن ایده‌های بکر در راستای بهره‌برداری از فرصت‌ها	(A2)
		کسب مهارت‌های لازم راه‌اندازی کسب و کار توسط کارآفرینان	(A3)
	درک مهارت راه‌اندازی کسب و کار	میزان مهارت‌آموزی کارآفرینان حوزه گردشگری	(A4)
		پذیرش ریسک در راه‌اندازی کسب و کار در منطقه	(A5)
		میزان کم‌خطر بودن محیط کسب و کار	(A6)
	پذیرش ریسک	استقبال از سرمایه‌گذاری‌های شخصی و نهادی در حوزه گردشگری	(A7)
		تمایل به ریسک کردن در بین سرمایه‌گذاران بیرونی حوزه گردشگری	(A8)
		میزان شناخت کارآفرینان نسبت به هم	(A9)
	درک شبکه‌سازی	راه‌اندازی و شبکه‌های ارتباطی میان کارآفرینان گردشگری	(A10)
		میزان اطلاع‌رسانی در زمینه خرید مواد و فروش محصول به کارآفرینان	(A11)
		نظر مثبت ساکنان محلی نسبت راه‌اندازی یک کسب و کار	(A12)
	پشتیبانی فرهنگی	ورود بی‌دردسر کارآفرین به حوزه گردشگری منطقه	(A13)
میانگین شاخص‌های گرایش کارآفرینانه			
شاخص‌های توانایی کارآفرینانه	کسب و کارهای نوپا مبتنی بر فرصت	راه‌اندازی کسب و کار برحسب ضرورت	(B1)
		راه‌اندازی کسب و کار برحسب فرصت	(B2)
	جذب و به‌کارگیری فناوری	استفاده از تکنولوژی در حوزه کسب و کارهای گردشگری	(B3)
		استفاده از خدمات اینترنتی (شبکه‌های اجتماعی) جهت تبلیغ فعالیت	(B4)

(B5)	فراهم بودن شرایط آموزش آکادمیک، فنی و حرفه‌ای و مهارتی	سرمایه انسانی	شاخص‌های اشتیاق کارآفرینانه	
(B6)	دسترسی به نیروی کار ماهر در زمینه گردشگری			
(B7)	تولید محصولات و خدمات منحصربه‌فرد در بازار سرمایه	رقابت		
(B8)	توان رقابت با سرمایه‌گذاران بیرونی در حوزه گردشگری			
میانگین شاخص‌های توانایی کارآفرینانه				
(C1)	فراهم بودن شرایط جهت توسعه محصولات جدید در حوزه گردشگری	نوآوری محصول		
(C2)	اقدامات متناسب با ایجاد خلاقیت جدید و متفاوت بودن با دیگران	رشد بالا		
(C3)	امکان رشد کسب‌وکارهای گردشگری در منطقه			
(C4)	میزان ظرفیت استراتژیک جهت رشد کسب‌وکارهای گردشگری	بین‌المللی‌سازی		
(C5)	تمایل به ورود به بازارهای ملی و فراملی در گردشگری			
(C6)	توان رقابت در سطح ملی و بین‌المللی برای ارائه محصول			
(C7)	آشنایی با بازارهای فروش محصولات یا ارائه خدمات گردشگری	شناسایی بازار و مشتری		
(C8)	فعالیت در سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی جهت عرضه به بازار			
(C9)	نقش دولت نقش در تسهیل‌گری فرآیند کارآفرینی گردشگری در منطقه	حمایت‌های نهادی		
(C10)	نقش سازمان‌های متولی امر گردشگری در تسریع امور مربوط			
میانگین شاخص‌های اشتیاق کارآفرینانه				

جامعه آماری پژوهش را کارآفرینان بخش ساردوئیه در سه دهستان ساردوئیه، گور و دلفارد تشکیل می‌دهند. به عبارتی، افرادی انتخاب شده‌اند که صرفاً اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکار در زمینه گردشگری کرده‌اند. عمده کسب‌وکارهای شناسایی شده در زمینه گردشگری مناطق روستایی بخش ساردوئیه را کسب‌وکارهایی از جمله: تاسیس و راه‌اندازی هتل و رستوران (درجه ۱، ۲ و ۳)، تاسیس و راه‌اندازی غذاخوری (غذاخوری سنتی، فست‌فودی، کبابی)، راه‌اندازی قهوه‌خانه، چایخانه و کافه، تاسیس و راه‌اندازی خانه و اتاق‌های اجاره‌ای (خانه‌های ویلایی و اجاره‌ای، احداث سوئیت‌ها، احداث باغ‌های اجاره‌ای جهت گردشگری باغی)، راه‌اندازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی (احداث کاروانسرا و خانه‌های قدیمی، سیاه‌چادرها)، تاسیس و راه‌اندازی فعالیت‌های خدماتی، احداث غرفه‌های صنایع دستی و فراوری‌های دامی و کشاورزی تشکیل می‌دهند. برای محاسبه حجم نمونه، از محاسبات آماری به روش کوکران استفاده شده است. با توجه به این که در جامعه مورد مطالعه را ۸۵ مورد از کسب و کار تشکیل می‌دهد؛ بنابراین از فرمول جامع معلوم استفاده شد.

$$t^2 = \frac{qp}{d^2}$$

$$N = \frac{1}{1 + \frac{1}{n} \left( \frac{qp}{d^2} - 1 \right)}$$

فرمول (۱): روش محاسبه کوکران

مقداری  $d$  که همان تفاضل نسبت واقعی صفت در جامعه با میزان تخمین محقق برای وجود آن صفت در جامعه است،  $۰/۰۸$  در نظر گرفته شد. در نهایت، نمونه آماری این پژوهش را ۵۴ نفر از کارآفرینان تشکیل دادند (جدول ۴). دلیل استفاده از کارآفرینان جهت تعیین پیشران‌های کلیدی، آشنایی آن‌ها با مشکلات و چالش‌های پیش رو است که آن را به خوبی لمس کرده‌اند.

جدول ۴: تعداد کل کارآفرینان بخش ساردوئیه واقع در شهرستان جیرفت و نمونه‌های اختصاص یافته به هر یک از طبقات

شماره	نام دهستان	نام روستا	جمع کل کسب و کارهای راه‌اندازی شده در بخش گردشگری	تعداد نمونه‌ها
۱	ساردوئیه	قنات سامان	۶	۴
		ده‌والی	۶	۵
		محمدآباد	۴	۲
		دره‌رود	۶	۵
		جمع	۲۲	۱۶
۲	دلفارد	باغعلی شیر	۱۴	۹
		دره‌ای	۱۰	۷
		کراه	۱۸	۱۲
		جمع	۴۲	۲۸
۳	گور	گورعلیا	۹	۶
		گورسفلی	۷	۴
		جمع	۱۶	۱۰
-		جمع کل	۸۵	۵۴

## یافته‌های پژوهش

### یافته‌های توصیفی

یافته‌های به‌دست آمده از بررسی وضعیت کارآفرینان روستایی گردشگری نشان می‌دهد ۸۲/۴۳ درصد از آن‌ها به‌لحاظ جنسیت، مرد می‌باشند. ۵۸/۳۲ درصد آن‌ها در گروه‌های سنی ۳۱-۴۵ قرار دارند. ۶۷/۰۲ درصد آن‌ها دارای تحصیلات دیپلم و فوق‌دیپلم می‌باشند و سابقه فعالیتی بین ۱ تا ۷ سال را دارند. میانگین درآمد ثبت شده ۳۶/۳ درصد از کارآفرینان بین ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان در ماه می‌باشد و مابقی کمتر از ۱۰ میلیون تومان است. میزان اشتغال‌زایی مشاغل کم‌تر از هفت تا ده نفر را شامل می‌باشد که نشان از کوچک‌مقیاس بودن این کسب و کارها دارد. کسب و کارها عمدتاً به‌صورت فردی ایجاد شده‌اند. ۷۰ درصد از کارآفرینان، دوره‌های آموزشی خاصی را نگذرانده و منابع مالی ۶۵ درصد از آن‌ها نیز به‌وسیله وام تأمین گردیده است. ۳۹ درصد از آن‌ها انگیزه خود را درآمدزایی ذکر کرده‌اند. حدود ۶۹/۹۸ درصد از آن‌ها از آخرین تحولات بازار حوزه گردشگری در حوزه کسب و کار خود ناآگاه بوده و از فناوری‌های جدید جهت رونق کسب و کار خود بی‌بهره‌اند. فقط ۲۰/۲۱ درصد از آن‌ها در حوزه کسب و کارشان از سایت یا شبکه‌های اجتماعی جهت تبلیغ محصول استفاده می‌کنند. ۸۹/۶ درصد از آن‌ها از متمایز کردن کسب و کارشان نسبت به دیگران بی‌بهره بوده و همچنین از این بین، تنها حدود ۱۰/۶۳ درصد از آن‌ها تولیدات صادراتی دارند.

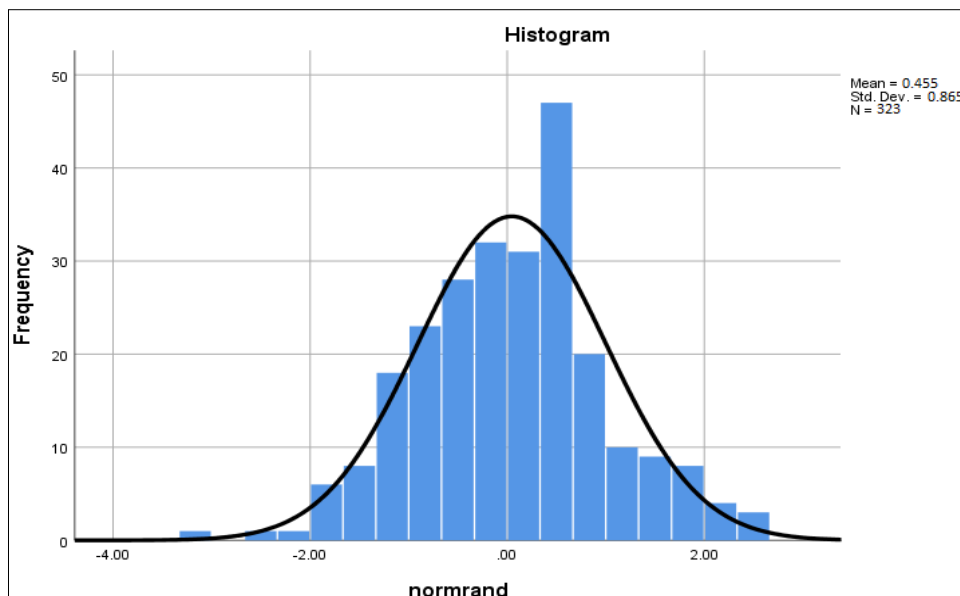
### یافته‌های استنباطی

قبل از مدل‌سازی روابط ساختاری، ابتدا از صحت روابط موجود در مدل‌های اندازه‌گیری با استفاده از معیارهای پایایی و روایی اطمینان حاصل شد و سپس به بررسی و تفسیر روابط موجود در بخش ساختاری پرداخته شد. برای بررسی فرض نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد. دلیل انجام این آزمون این بود که می‌خواستیم بدانیم آیا با تغییر شرایط، مدل حاصل شده نیز تغییر

خواهد کرد یا خیر. نتایج جدول زیر نشان می‌دهد، با توجه به این که سطح معناداری به دست آمده بیش تر از  $0/05$  است؛ بنابراین فرض نرمال بودن داده تأیید می‌شود؛ یعنی مدل موردنظر در شرایط متفاوت، نتایج یکسانی ارائه می‌دهد (جدول ۵).

جدول ۵: آزمون نرمال یا غیرنرمال بودن توزیع داده‌های حاصل از پژوهش

نوع آزمون‌ها		آماره‌ها
جامعه آماری		۳۲۳
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	۰/۴۵۵
	Std.Deviation	۰/۸۶۵
Most Extreme Differences	Absolute	۰/۰۷۷
	Positive	۰/۵۸
	Negative	-۰/۵۳
Test Statistic		۰/۷۷
Asymp. Sig. (2-tailed)		۰/۰۸۳ <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		



شکل ۱: نمودار هیستوگرام نرمال بودن توزیع داده‌ها

تحلیل‌های لازم در سه بخش: (۱) برازش مدل‌های اندازه‌گیری، (۲) برازش مدل ساختاری و (۳) برازش کلی مدل (اندازه‌گیری و ساختاری) انجام شد.

### برازش مدل اندازه‌گیری

مطابق الگوریتم تحلیل مدل در روش، PLS-SEM برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری از سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شده است.

بررسی تأثیر شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی بر توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی / حسینی کهنوج و سجاسی قیداری

الف) پایایی و روایی همگرا: شامل ضریب آلفای کرونباخ، ضریب Rho، ضریب پایایی ترکیبی (CR) و میانگین واریانس استخراج شده (AVE). آلفای کرونباخ میزان بارگیری همزمان متغیرهای مکنون یا سازه را در زمان افزایش یک متغیر آشکار اندازه‌گیری می‌کند. مقادیر آلفای کرونباخ در شاخص‌ها متفاوت است، حد قابل قبول برای پذیرش آن ضریب بالاتر از ۰/۴ است؛ به طوری که مقادیر بالای ۰/۹ پایایی بسیار عالی، مقادیر بالای ۰/۸ پایایی بسیار خوب، مقادیر بالای ۰/۷ پایایی متوسط، مقادیر بالای ۰/۶ پایایی قابل قبول، مقادیر بین ۰/۶ تا ۰/۴ مقادیر سوال برانگیز و مقادیر کمتر از ۰/۴ نیز از پایایی ضعیف برخوردار می‌باشند.

پایایی ترکیبی (CR)، نسبت مجموع بارهای عاملی متغیرهای مکنون به مجموع بارهای عاملی به علاوه واریانس خطا را می‌سنجد؛ به عبارتی میزان همبستگی سوالات یک بعد بر بعد دیگر برای برازش مدل اندازه‌گیری را تعیین می‌کند. مقدار قابل پذیرش همسانی درونی مدل اندازه‌گیری مقدار ۰/۷ به بالاست.

ضریب Rho نیز برای سنجش پایایی درونی سازه‌ها است. هم‌چنان که چن (۱۹۹۸) معتقد است ضریب Rho نسبت به آلفای کرونباخ از اطمینان بیش‌تری برخوردار است. به ضریب Rho گاهی ضریب دایلون - گولداشتین Dillon-Goldstein نیز گفته می‌شود. مقدار این ضریب باید بیش از ۰/۷ باشد.

روایی همگرا (AVE) به این معناست که نشان‌گرهای هر سازه، تفکیک مناسبی را به لحاظ اندازه‌گیری نسبت به سازه‌های دیگر مدل فراهم آورند. به عبارت ساده‌تر، هر نشان‌گر فقط سازه خود را اندازه‌گیری کند و ترکیب آن‌ها به گونه‌ای باشد که تمام سازه‌ها به خوبی از یکدیگر تفکیک شوند.

مطابق جداول زیر، نتایج تأثیر متغیر مستقل (پیشران‌های اکوسیستم کارآفرینی) بر متغیرهای وابسته (شاخص‌های توسعه کسب و کارهای گردشگری) نشان داد: با توجه به این که مقدار آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و ضریب Rho در تمامی شاخص‌ها بالاتر از مقدار عددی ۰/۷ بدست آمده است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که مدل موردنظر در بخش پایایی شاخص‌ها از میزان قابل قبولی برخوردار می‌باشد. هم‌چنین با کمک شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE) مشخص شد که تمام سازه‌های مورد مطالعه دارای میانگین واریانس استخراج شده بالاتر از ۰/۴ هستند.

با توجه به این که در تمامی متغیرهای مکنون مقدار  $CR > AVE$  بوده است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که شرط روایی همگرا برقرار بوده و مدل پژوهشی از روایی همگرایی مناسبی برخوردار است (جدول ۶).

جدول ۶: روایی و پایایی متغیرهای به کار رفته در پژوهش

نوع متغیر	ابعاد	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability (CR)	Average Variance Extracted (AVE)
متغیرهای وابسته	اشتقاق کارآفرینانه	۰/۸۱۵	۰/۸۳۷	۰/۸۴۶	۰/۵۱۶
	توانایی کارآفرینانه	۰/۷۸	۰/۸۱	۰/۸۳۶	۰/۵۲۳
	گرایش کارآفرینانه	۰/۸۵۷	۰/۸۸۷	۰/۸۸۸	۰/۶۴۱
متغیرهای مستقل	سرمایه انسانی و مسائل انگیزشی و روانی	۰/۸۱۸	۰/۸۵۳	۰/۸۴۷	۰/۶۱۱
	سیاست‌های دولتی	۰/۸۰۶	۰/۹۹۳	۰/۸۵۳	۰/۵۴۱
	فرهنگ حمایتی	۰/۷۸۹	۰/۸۰۷	۰/۸۵۲	۰/۵۳۶
	مسائل اقتصادی	۰/۸۵۸	۰/۸۸۷	۰/۹۰۱	۰/۷۱۹
	مسائل مدیریت، فناوری و سازمان‌دهی کسب و کار	۰/۷۵۸	۰/۸۸۴	۰/۷۶	۰/۵۵۶
	موانع طبیعی	۰/۷۳۸	۰/۹۷۷	۰/۸۱۷	۰/۵۳۷

ب) روایی واگرا: روایی واگرا نشان می‌دهد چقدر سوالات یک عامل با سوالات سایر عوامل تفاوت دارند. این معیار یکی از معیارهای اصلی برازش مدل‌های اندازه‌گیری در روش PLS است و براساس بارهای عاملی مربوط به گویه‌های هر سازه تعیین می‌شود. روایی واگرا بر همبستگی پایین سنج‌های یک متغیر پنهان با یک متغیر غیرمرتبط با آن (از نظر پژوهشگر) اشاره دارد. این معیار در روش حداقل مربعات جزئی از دو طریق سنجیده می‌شود. یکی روش بارهای عاملی متقابل است که میزان همبستگی بین شاخص‌های یک سازه را با همبستگی آن‌ها با سازه‌های دیگر مقایسه می‌کند و روش دیگر معیار پیشنهادی فورنل و لارکر<sup>۱</sup> است که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است.

روایی واگرا در برابر روایی همگرا قرار دارد. فورنل و لارکر (۱۹۸۱)، بیان کردند روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان AVE برای هر سازه بیش‌تر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر (یعنی مربع مقدار ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) در مدل باشد. بر این اساس، روایی واگرای قابل قبول یک مدل اندازه‌گیری حاکی از آن است که یک سازه در مدل تعامل بیش‌تری با شاخص‌های خود دارد تا با سازه‌های دیگر. در روش حداقل مربعات جزئی و مدلیابی معادلات ساختاری، این امر به‌وسیله یک ماتریس صورت می‌گیرد که خانه‌های این ماتریس حاوی مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها و قطر اصلی ماتریس جذر مقادیر AVE مربوط به هر سازه است.

این معیار برای بررسی همبستگی میان سازه‌ها به کار می‌رود. این معیار به این مسئله اشاره دارد که ریشه دوم مقادیر میانگین واریانس (AVE) برای هر سازه، باید بزرگ‌تر از مقادیر همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر باشد. این معیار از یک ماتریس ساخته شده است که در درایه‌های قطر اصلی این ماتریس عدد یک وجود دارد. مقادیر موجود در روی قطر اصلی ماتریس باید از کلیه مقادیر موجود در ستون مربوط بزرگ‌تر باشد

جدول زیر ضرایب همبستگی بین پیشران‌های اکوسیستم کارآفرینی و شاخص‌های توسعه کسب‌وکارهای گردشگری را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود با توجه به این که مقدار جذر واریانس استخراجی (AVE) متغیرهای مدل از مقدار همبستگی آن‌ها با یکدیگر بیش‌تر می‌باشد و همچنین مقادیر موجود در روی قطر اصلی ماتریس از کلیه مقادیر موجود در ستون مربوط بزرگ‌تر می‌باشد. می‌توان گفت که مدل اندازه‌گیری پژوهش از روایی واگرای مناسب و برازش خوبی برخوردار است (جدول ۷).

جدول ۷: ضرایب همبستگی بین پیشران‌های اکوسیستم کارآفرینی و شاخص‌های توسعه کسب‌وکارهای گردشگری

شاخص‌ها	اشتیاق کارآفرینانه	توانایی کارآفرینانه	گرایش کارآفرینانه	سیاست‌های دولتی	فرهنگ حمایتی	مسائل اقتصادی	مسائل مدیریت، فناوری	موانع طبیعی	سرمایه انسانی
اشتیاق کارآفرینانه	۰/۶۰۸								
توانایی کارآفرینانه	۰/۶۵۲	۰/۶۳۴							
گرایش کارآفرینانه	۰/۶۴۲	۰/۶۳۱	۰/۶۵۸						
سیاست‌های دولتی	۰/۵۹۶	۰/۴۵۹	۰/۵۹۱	۰/۷۳۵					
فرهنگ حمایتی	۰/۵۲۶	۰/۶۴۲	۰/۸۱۴	۰/۴۶۹	۰/۷۳۲				
مسائل اقتصادی	۰/۶۲۴	۰/۷۱۶	۰/۷۸۸	۰/۶۳۳	۰/۸۴۴	۰/۸۳۳			

بررسی تأثیر شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی بر توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی / حسینی کهنوج و سجاسی قیداری

مسائل مدیریت، فناوری و سازمان دهی کسب و کار	۰/۴۷۵	۰/۶۸۲	۰/۷۱۲	۰/۵۶۲	۰/۶۰۱	۰/۶۴۱	۰/۶۷۵		
موانع طبیعی	۰/۵۱۳	۰/۵۱۵	۰/۴۹۹	۰/۷	۰/۵۲۳	۰/۶۱	۰/۵۰۱	۰/۷۳۳	
سرمایه انسانی	۰/۵۲۵	۰/۷۴۷	۰/۶۰۹	۰/۵۱۷	۰/۵۵۷	۰/۷۰۱	۰/۷۲۶	۰/۵۱۷	۱

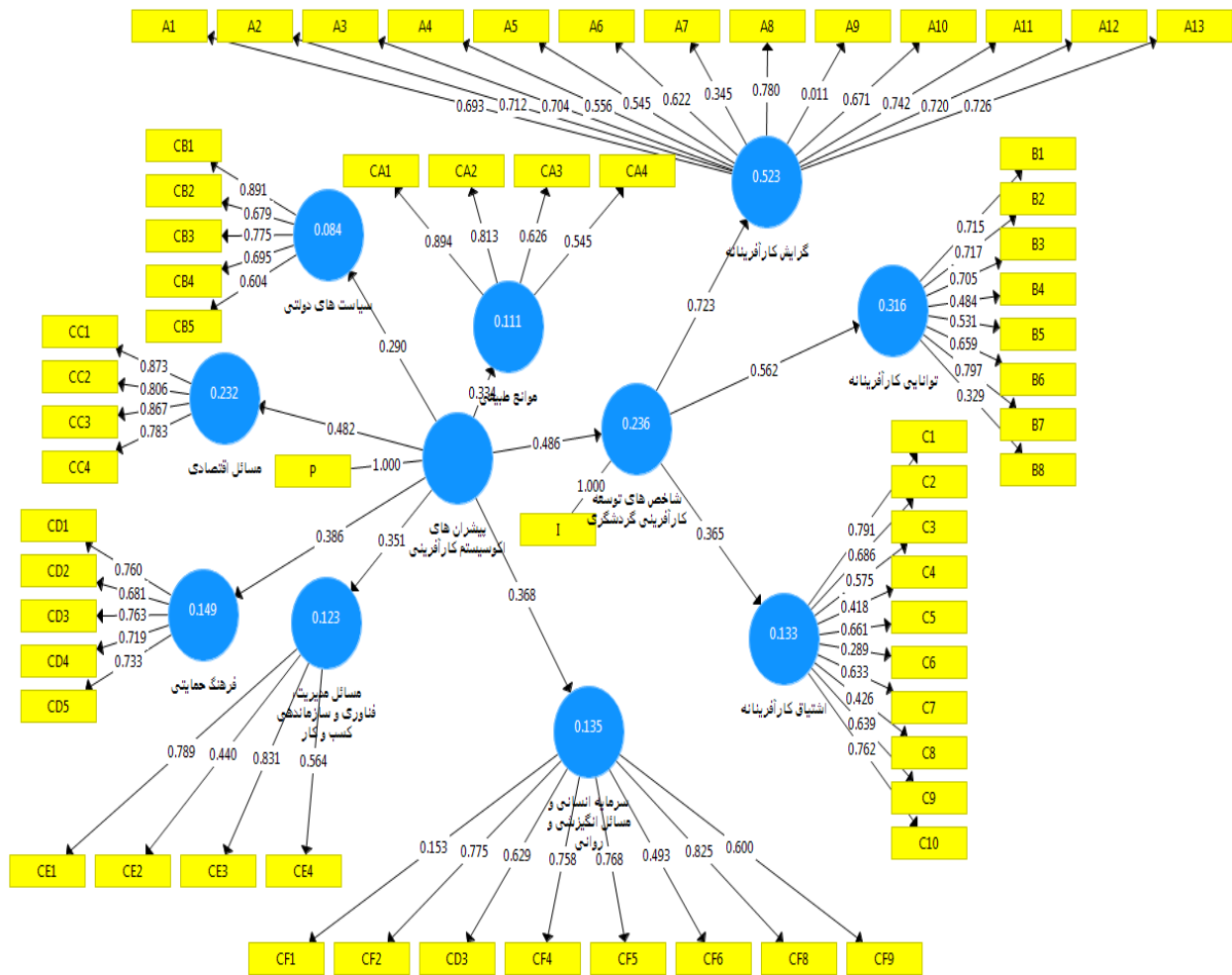
### برازش مدل ساختاری

برای ارزیابی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده شد که اولین و اساسی‌ترین آن، معیار  $R^2$  است که به بررسی ضرایب مربوط به متغیرهای مکنون درونزای (وابسته) مدل می‌پردازد. این معیار برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار رفته و بیانگر تأثیر یک متغیر برونزا بر یک متغیر درونزا است. در این راستا ۳ مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به عنوان ملاکی برای ضعیف، متوسط و قوی  $R^2$  و زیاد بودن مقدار آن را نشان از برازش بهتر مدل معرفی می‌کنند. دومین معیار ضروری برای بررسی برازش مدل ساختاری، ضریب معناداری Z یا همان مقادیر t-values است. در صورتی که مقادیر آن از ۱/۹۶ بیشتر باشد، بیانگر صحت رابطه بین سازه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد است.

### برازش مدل ساختاری بین چالش‌های پیشران‌های اکوسیستم کارآفرینی بر شاخص‌های توسعه کسب و کارهای

#### گردشگری روستایی

مقادیر ضریب تأثیر پیشران‌های اکوسیستم کارآفرینی بر شاخص‌های کسب و کارهای گردشگری روستایی در شکل زیر قابل مشاهده است. با توجه به این که مقدار  $R^2$  برای سازه‌ها به شرح جدول زیر می‌باشد که مناسب بودن برازش مدل ساختاری برای تمامی مؤلفه‌های مؤثر بر بحث شاخص‌های گرایش کارآفرینانه تأیید می‌شود که نشان‌دهنده مناسب بودن مدل است (شکل ۲).

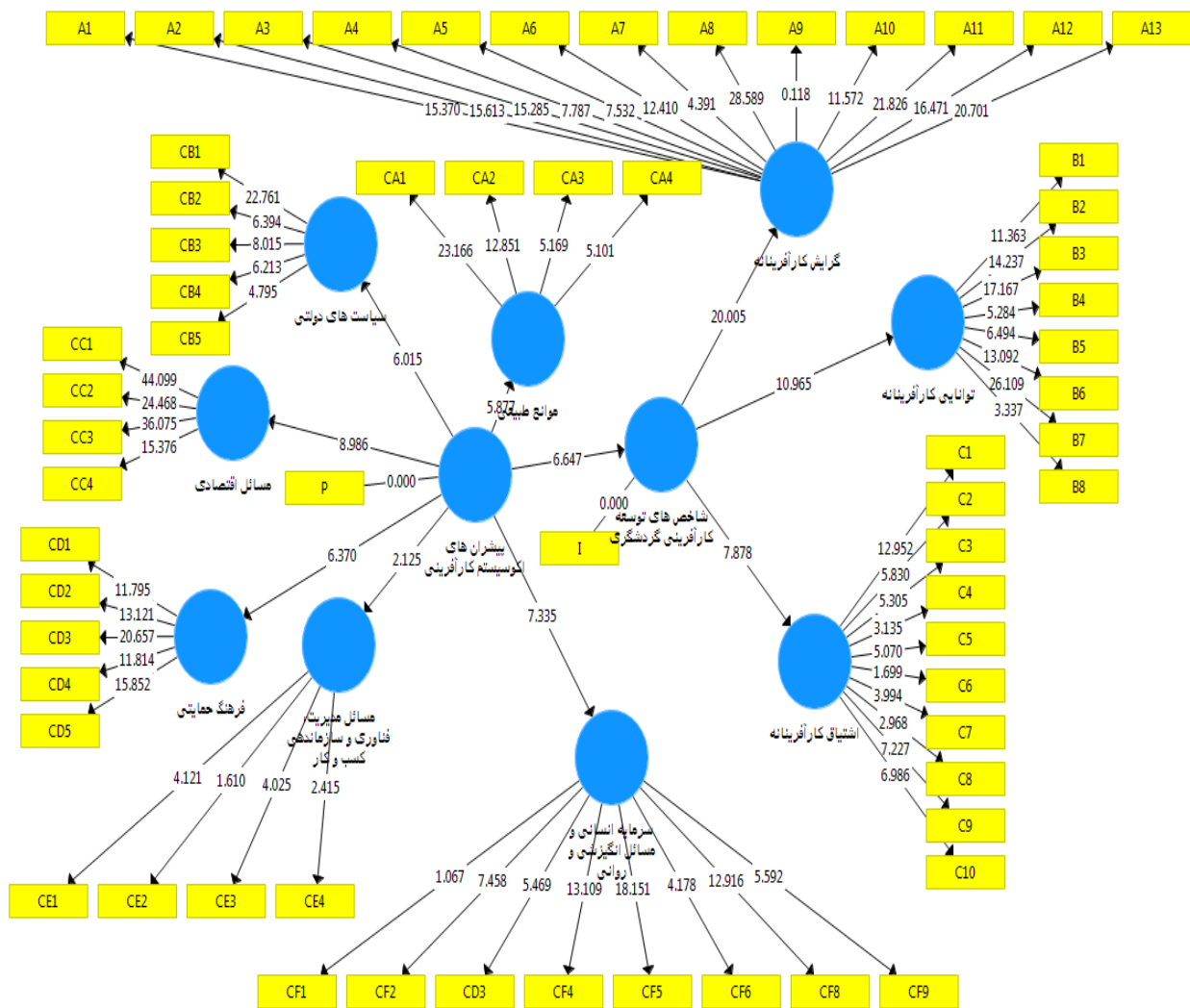


شکل ۲: ضرایب مسیر و مقادیر  $R^2$  برای سنجش تأثیر پیشران‌های اکوسیستم کارآفرینی بر شاخص‌های توسعه کسب و کارهای گردشگری

در شکل زیر مقادیر t-values برای ارزیابی بخش ساختاری مدل نشان داده شده است. باتوجه به این که تمام اعداد واقع بر مسیرها

بالاتر از ۱/۹۶ هستند، این مطلب حاکی از معنادار بودن مسیرها، مناسب بودن مدل ساختاری و تأیید تمام فرضیه‌های پژوهش است (شکل

بررسی تأثیر شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی بر توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی / حسینی کهنوج و سجاسی قیداری



شکل ۳: ارقام آماره «t» برای ضرایب مسیر و بارهای عاملی در رابطه با تأثیر پیشران‌های اکوسیستم کارآفرینی بر شاخص‌های توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی

### برازش کلی مدل

در این بخش از پژوهش به بررسی سنجش معناداری تأثیر پیشران‌های اکوسیستم کارآفرینی بر شاخص‌های توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی پرداخته شده است که نتایج آن به شرح زیر استخراج شد. همان‌طور که از نتایج جدول (۸) مشاهده می‌شود، پیشران‌های اکوسیستم کارآفرینی بیشترین تأثیر را بر بحث توانایی کارآفرینانه با مقدار آماره (T=7.335) تحمیل کرده است.

جدول ۸: سنجش معناداری تأثیر پیشران‌های اکوسیستم کارآفرینی بر شاخص‌های توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی

مولفه‌ها	Original (Sample O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
پیشران‌های اکوسیستم کارآفرینی - < توانایی کارآفرینانه	۰/۳۶۸	۰/۳۹۱	۰/۰۵	۷/۳۳۵	۰
پیشران‌های اکوسیستم کارآفرینی - < گرایش کارآفرینانه	۰/۲۹	۰/۳۱۱	۰/۰۴۸	۶/۰۱۵	۰
پیشران‌های اکوسیستم کارآفرینی - < اشتیاق کارآفرینانه	۰/۴۸۶	۰/۴۸	۰/۰۷۳	۶/۶۴۷	۰

## بحث

از توسعه گردشگری و کسب و کارهای مرتبط با آن در محیط‌های روستایی ایران به‌عنوان مهم‌ترین استراتژی برون‌رفت از بن‌بست مشکلات اقتصادی و اجتماعی یاد می‌شود. واقعیت این است در هر جامعه‌ای توسعه در ابعاد مختلف برای جا افتادن نیازمند پیش‌شرط‌های اساسی است. بررسی وضع موجود کسب و کارهای گردشگری و ضعف‌های موجود در این رابطه نشان می‌دهد، هر چند بسیاری از روستاها از ظرفیت بالای گردشگری بالایی برخوردارند، اما نتوانسته‌اند در این زمینه موفق عمل کنند. برای تفسیر چنین وضعی به مجموعه‌ای از چالش‌ها نیازمندیم تا سهم هر کدام در جریان توسعه مشخص گردد. همان‌طور که حسینی و علی‌آبادی (۱۴۰۰) در نتایج پژوهش خود عنوان می‌کنند که طراحی مدل کارآفرینی گردشگری نیازمند بررسی مجموعه عواملی است که اکوسیستم کارآفرینی گردشگری روستایی ایران را تحت‌تاثیر قرار می‌دهند و بعضاً بیش‌ترین نقش را در دلسردی کارآفرینان در ادامه مسیر رونق‌دهی به کسب و کارها ایفا می‌کنند و بعضاً جریان یک کسب و کار را به تعطیلی و ورشکستگی سوق می‌دهند. آن‌چه گفته شد، نیازمند شناسایی اثرگذاری عوامل اساسی در این زمینه و برقراری الگوی ساختاری میان آن‌هاست تا به شناختی جامع در این زمینه دست یافت؛ از این رو هدف پژوهش حاضر، ارائه یک الگوی ساختاری جهت شناسایی چالش‌های اثرگذار بر وضعیت اکوسیستم کسب و کارهای گردشگری در روستاهای بخش ساردوئیه واقع در شهرستان جیرفت است. جهت بررسی تأثیر پیش‌ران‌های اکوسیستم کارآفرینی بر توسعه کسب و کارهای گردشگری از مدل معادلات ساختاری در قالب تکنیک مربعات جزئی (نرم‌افزار SMART-PLS. 3.2.8) استفاده شد. متغیرهای مستقل را عوامل استخراج شده از اکوسیستم کارآفرینی در ابعاد شش‌گانه (عوامل محیط طبیعی، سیاست‌های دولتی و رویه‌های قانونی، مسائل اقتصادی، مسائل و هنجارهای اجتماعی و فرهنگی حاکم بر جامعه، مسائل مدیریت، فناوری و سازمان‌دهی کسب و کارها، سرمایه انسانی) تشکیل می‌دهند. همچنین از مؤلفه‌های عملکرد شاخص‌های جهانی توسعه کسب و کارهای گردشگری (در ابعاد توانایی، گرایش و اشتیاق کارآفرینانه) به عنوان متغیرهای وابسته استفاده شده است.

برای پایایی این آزمون از مقدار آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و ضریب Rho استفاده شد. نتایج این بخش نشان داد ضریب تمامی شاخص‌ها بالاتر از مقدار عددی ۰/۷ به‌دست آمده است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که مدل مورد نظر در بخش پایایی شاخص‌ها از میزان قابل‌قبولی برخوردار می‌باشد. همچنین ضرایب همبستگی بین پیش‌ران‌های اکوسیستم کسب و کارها و شاخص‌های توسعه کارآفرینی گردشگری نشان می‌دهد که مدل اندازه‌گیری پژوهش از روایی و اگرایی مناسب و برازش خوبی برخوردار است.

برای ارزیابی برازش مدل ساختاری پژوهش از معیار  $R^2$  استفاده شد که به بررسی ضرایب مربوط به متغیرهای مکنون درون‌زای (وابسته) مدل می‌پردازد. این معیار برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به‌کار رفته و بیان‌گر تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا است. همچنین برای بررسی برازش مدل ساختاری از ضریب معناداری Z یا همان مقادیر t-values استفاده شده است. نتایج این بخش بیان‌گر صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد است. نتایج این آزمون نشان داد در بین متغیرهای مستقل، پیش‌ران مالی و اقتصادی بیش‌ترین ضریب تأثیرگذاری (۰/۴۸۲) را دارد. این یافته‌های مغایر با پژوهش‌های حسینی‌نیا و علی‌آبادی (۱۴۰۰) و رحمتی و همکارانش (۱۴۰۱) می‌باشد که بیش‌تر بر روی نقش عامل فرهنگ تأکید دارد و کم‌ترین تأکید را بر سرمایه‌های انسانی و اقتصادی قائل می‌باشند. نتایج این بخش از پژوهش را می‌توان با یافته‌های دلچ و پریچ (۲۰۱۸) مقایسه کرد که تأکید زیادی بر بهتر شدن شرایط اقتصادی کشور جمهوری دارند که بتواند سبب توسعه کسب و کارهای گردشگری؛ به‌خصوص در مناطق روستایی به‌عنوان یک صنعت استراتژیک شود. با این حال، نتایج آن‌ها نشان داد که وضعیت فعلی اقتصاد این کشور امیدوارکننده نیست و توسعه اکوسیستم کسب و کارها به‌شدت از شاخص‌هایی نظیر: رهبری، تراکم شبکه، دولت، استعداد، خدمات پشتیبانی، تعامل، شرکت‌ها و سرمایه‌تاثیر می‌پذیرد. همچنین از جهتی می‌توان آن را با پژوهش کالن و همکاران

بررسی تأثیر شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی بر توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی / حسینی کهنوج و سجاسی قیداری

(۲۰۱۴) مقایسه کرد که عنوان می‌کند ضمن توجه به روند پیش‌بینی شده اقتصادی درازمدت و آسیب‌پذیری کسب‌وکارهای گردشگری در مناطق روستایی می‌بایست عناصر بحرانی در یک محیط کاری نیز شناسایی شود. در ایران نیز همین وضعیت حکمفرما است و از دلایل این امر می‌توان به عواملی همچون بازاریابی و مشکلات مالی و بودجه محدود کارآفرینان و حمایت‌های ضعیف از آن‌ها اشاره کرد. همچنین در بین متغیرهای وابسته، پیشران پشتیبانی فرهنگی و درک شبکه‌سازی از زیرگروه شاخص گرایش کارآفرینانه بیش‌ترین ضریب تأثیرگذاری را دارا می‌باشند.

تبیین چرایی؛ الگوی به‌دست آمده از این بخش، نشان داد، بازار کنونی کسب‌وکارهای گردشگری، محیط‌هایی با تغییرات سریع هستند که در آن‌ها دستیابی به اهداف موردنظر با انجام عملیات و فعالیت‌های کنونی کسب‌وکارها قطعی نبوده و باید علاوه بر توجه به مسائل اقتصادی، مداوم در پی یافتن فرصت‌های جدید در بازار باشند؛ بنابراین می‌بایست علاوه بر پیشران‌های اقتصادی در مبحث اکوسیستم کارآفرینی گردشگری روستایی، بر روی مؤلفه‌های گرایش کارآفرینانه از جمله پشتیبانی‌های فرهنگی، درک شبکه‌سازی، ایجاد پایگاه داده میان کارآفرینان، درک مهارت‌ها و فرصت‌ها و ریسک‌پذیری متمرکز شده، تا عملکرد بهتری در این زمینه شاهد باشیم. تاملی بر مبانی نظری و یافته‌های به‌دست‌آمده نشان می‌دهد کارآفرینان هیچ‌گونه حمایت مالی و آموزش رسمی درخصوص ساز و کارها و فرآیند کارآفرینی ندیده‌اند و عموماً با چالش‌های فرهنگی، مسائل مالی و انگیزشی و دلایلی از این دست مواجه هستند. نتایج این تبیین، ساختاری جهت تجسم فرآیند کارآفرینی از منظر کارآفرینان را فراهم می‌سازد تا ختم به الگوی جدید و موفق از چالش‌های توسعه کسب و کارها شود.

## نتیجه‌گیری

در ابتدای این گزارش به عدم اجماع و کمبودهایی در رابطه با تعریف بومی از کسب‌وکارهای کارآفرینی گردشگری و همچنین نبود یک روش و رویکرد جامع اشاره شد؛ لذا سعی شد تا در قالب معادلات ساختاری، به باز تعریفی از پدیده کارآفرینی بومی اقدام شود. این امر می‌تواند به پژوهشگران سایر رشته‌ها مساعدت نماید تا بتوانند پژوهش‌های خویش و روش‌شناسی‌های خود را در یک رهیافت هماهنگ در جهت بهبود فهم از این مقوله، معطوف سازند. همچنین تبیین چرایی کارآفرینی در این پژوهش نشان داد که نتایج به‌دست آمده می‌تواند منجر به خلق قلمرو پژوهشی یا دامنه و حوزه‌ای شود که از سوی پژوهشگران مورد پذیرش واقع گردد و به نوبه خویش می‌تواند به کاهش ماهیت غیرتجمعی پژوهش‌های اخیر منجر گردد. اهداف و دستاوردهای این پژوهش می‌تواند برای تحقیقات آینده جهت اکتشاف و توصیف تجارب زیسته کارآفرینان مثمرتر باشد تا از این مجرا بتوان به جوهره کلی پدیده کارآفرینی دست یافت. تبیین مدل بومی در این پژوهش دارای دو نوع دستاوردهای اکتشافی و توصیفی است: دستاوردهای اکتشافی شامل آشنایی با حقایق و مفاهیم بنیادی پدیده کارآفرینی و خلق تصویر ذهنی کلی از وضعیت آن در ساختار جامعه است. دستاوردهای توصیفی نیز شامل ارائه تصویری مشروح و بسیار دقیق از وضعیت شاخص‌های کارآفرینی و نقش آن در توسعه گردشگری روستایی است. با توجه به مشکلات پیش رو در زمینه چالش‌هایی که کارآفرینان در زمینه توسعه کسب‌وکارهای گردشگری با آن روبه‌رو می‌باشند، پیشنهادهای زیر مطرح شد:

- ۱) اصلاح و بازنگری جدی قوانین و مقررات سیستم بانکداری جهت اعطای تسهیلات بانکی با نرخ بهره بانکی مناسب به کارآفرینان؛
- ۲) کاهش بروکراسی اداری نامناسب در سازمان‌ها و مؤسسات عمومی و دولتی ثبت شرکت‌ها و... که متولی صدور مجوزهای قانونی لازم برای کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در زمینه گردشگری می‌باشند؛
- ۳) آموزش کارآفرینی و آموزش کارآفرینانه در زمینه توسعه گردشگری و پیوند آن با دانشگاه؛
- ۴) توسعه صندوق‌های مستقل سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر در سطح محلی با حمایت سازمان‌ها و نهادهای عمومی و دولتی؛
- ۵) برگزاری جشنواره کارآفرینی و نوآوری در زمینه گردشگری و حمایت از کسب‌وکارهای برتر و ایده‌های خلاق و نوآور توسط کارآفرینان حرفه‌ای؛

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ۱، شماره ۱، ۸۲-۶۰، پاییز و زمستان ۱۴۰۳

۶) امروزه بسیاری از امور در دنیای کسب و کارها به خصوص در زمینه گردشگری به صورت آنلاین انجام می‌شود. کمپین‌های بازاریابی و تبلیغات به طور گسترده‌ای در فضای آنلاین و به ویژه شبکه‌های اجتماعی پیگیری می‌شود. در چنین وضعیتی حضور یک کسب و کار در اینترنت ضرورت دارد.

## حامی مالی

این مقاله مستخرج از رساله دکتری با همین نام می‌باشد که با حمایت مادی و معنوی دانشگاه فردوسی مشهد به سرانجام رسیده است.

## سهم نویسندگان در پژوهش

نویسنده اول: تهیه پیش‌نویس مقاله، تهیه و آماده‌سازی نمونه‌ها، گردآوری داده‌ها، انجام محاسبات، تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها، تحلیل و تفسیر اطلاعات و نتایج.

نویسنده دوم: طراحی پژوهش، نظارت بر مراحل انجام پژوهش، بررسی و کنترل نتایج، اصلاح، بازبینی و نهایی‌سازی مقاله.

## تضاد منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

## تقدیر و تشکر

از معاونت محترم پژوهشی دانشگاه فردوسی مشهد به خاطر حمایت مالی و معنوی در اجرای پژوهش حاضر سپاسگزاری می‌شود. از داوران محترم به خاطر ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌شود.

## منابع

- احمدپورداریانی، محمود، داوری، علی و رضانیورنرگسی، قاسم. (۱۳۸۹). محیط مساعد کسب و کار، پیش‌نیاز توسعه کارآفرینی در ایران. *مطالعات مدیریت بهبود و تحول*، ۱۷ (۶۱)، ۶۵-۸۹.
- <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22518037.1389.20.61.3.9>
- اسماعیلی، سعیده، قادری، اسماعیل، یآوری‌گهر، فاطمه و یاسوری، مجید. (۱۴۰۱). تحلیل کیفی عناصر اکوسیستم کارآفرینی صنعت مهمان‌نوازی و گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان بندر انزلی). *نشریه مطالعات جغرافیایی نواحی ساحلی*، ۳ (۴)، ۶۷-۴۱.
- <https://doi.org/10.22124/gscj.2022.21792.1151>
- اصغری، سمیرا و جعفری، حمید. (۱۳۹۷). بررسی اثرات گردشگری در توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان تالش). *جغرافیا (فصلنامه علمی پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران)*، ۱۶ (۵۷)، ۱۷۱-۱۵۸.
- [https://mag.iga.ir/article\\_253475.html](https://mag.iga.ir/article_253475.html)
- اکبری‌سامانی، ناهید، بدری، سیدعلی و رضوانی، محمدرضا. (۱۳۹۹). ارزیابی اکوسیستم کارآفرینی گردشگری روستایی (مورد مطالعه: استان تهران). *فصلنامه پژوهش‌های روستایی*، ۱۱ (۳)، ۵۵۶-۵۵۷.
- <https://doi.org/10.22059/jrur.2020.294235.1435>
- بهرامی‌پور، احمد، مستقیمی، محمودرضا، حسینی، سیدمحمدرضا و شجاعی، سامره. (۱۳۹۹). شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۷ (۲)، ۱۹-۳۰.
- <https://doi.org/10.22069/jead.2021.18726.1445>
- تقدیسی، احمد، وارثی، حمیدرضا، احمدیان، مهدی و عسگری، حمید. (۱۳۹۴). شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در مناطق روستایی (مطالعه موردی: مناطق روستایی شهرستان جیرفت). *مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، ۴ (۱)، ۱-۱۴.
- [https://jrpp.um.ac.ir/article\\_25465\\_bf62b054a06f721d6e44f868c1516bb7.pdf](https://jrpp.um.ac.ir/article_25465_bf62b054a06f721d6e44f868c1516bb7.pdf)
- حاج‌آقایی، حنیف و خلخالی، علی. (۱۳۹۸). پایش اکوسیستم کارآفرینی در مدارس ایران. *نشریه مدیریت مدرسه*، ۷ (۲)، ۱۶۶-۱۹۰.
- <https://www.doi.org/10.34785/J010.2019.541>

- بررسی تأثیر شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی بر توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی / حسینی کهنوج و سجاسی قیداری  
 حسینی کهنوج، سیدرضا و سجاسی قیداری، حمدالله. (۱۴۰۳). شناسایی بازیگران کلیدی اکوسیستم کارآفرینی گردشگری روستایی و تحلیل استراتژیک الگوی رفتار آن‌ها با استفاده از رویکرد آینده‌پژوهی نمونه موردی: شهرستان جیرفت. *مجله جغرافیا و توسعه*، ۲۲ (۷۵)، ۱-۲۶.  
<https://doi.org/10.22111/gdij.2024.46827.3581>
- حسینی‌نیا، غلامحسین و علی‌آبادی، وحید. (۱۴۰۰). طراحی مدل سرعت‌بخش توسعه و گسترش بوم‌سامانه‌های کارآفرینی گردشگری در محیط روستایی ایران از دیدگاه نخبگان. *نشریه علوم ترویج و آموزش کشاورزی*، ۱۷ (۱)، ۱۹۵-۲۱۳.  
<https://dori.net/dor/20.1001.1.20081758.1400.17.0.15.9>
- حسینی‌نیا، غلامحسین و علی‌آبادی، وحید. (۱۳۹۸). تحلیل شکاف وضعیت موجود و مطلوب ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی در استان‌های همدان و کرمانشاه. *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، ۸ (۲۹)، ۵۷-۷۸.  
<https://www.sid.ir/paper/377044/fa>
- حیدری، محسن، بدیع‌زاده، علی و حیدرزاده، کامبیز. (۱۳۹۹). طراحی مدل توسعه اکوسیستم کارآفرینی در مناطق مرزی (مورد مطالعه استان کردستان). *فصلنامه علوم مدیریت ایران*، ۱۵ (۵۷)، ۲۹-۵۹.  
[https://journal.iams.ir/article\\_325.html](https://journal.iams.ir/article_325.html)
- خشاباری، پژمان، حیدری، سیدعباس و نعمتی‌زاده، سینا. (۱۴۰۱). پژوهشی در بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر فرصت‌های کارآفرینی از دیدگاه کارآفرینان برتر در سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری. *نشریه مطالعات هنر اسلامی*، ۱۸ (۴۴)، ۱۵۰-۱۷۳.  
[https://www.sysislamicartjournal.ir/article\\_135143.html](https://www.sysislamicartjournal.ir/article_135143.html)
- دهقانی، امین و عادل‌ساردویی، محسن. (۱۳۹۷). تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر مؤلفه‌های فرهنگی ساکنان روستایی: مطالعه موردی شهرستان جیرفت. *فصلنامه روستا و توسعه*، ۲۱ (۱)، ۷۱-۹۰.  
<https://doi.org/10.30490/rvt.2018.66079>
- ربیعی‌مندجین، محمدرضا، غلامی، علی، علیزاده، محمد و محمدزاده لاریجانی، فاطمه. (۱۴۰۱). شناسایی و طراحی الگوی اکوسیستم کارآفرینی گردشگری روستایی (مطالعه موردی: شهرستان خلخال). *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۷ (۵۷)، ۳۰۲-۲۶۵.  
<https://doi.org/10.22054/tms.2021.41629.2133>
- رحمتی، مریم، پیلهوری، نازنین و داریوش، امین. (۱۴۰۲). ارائه مدل اکوسیستم کارآفرینی در کسب‌وکارهای گردشگری استان مازندران: رویکردی آمیخته، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، ۲۸ (۱۴)، ۱۶۷-۱۹۶.  
<https://doi.org/10.22080/jem.2022.21742.3577>
- رخام، المیرا. (۱۳۹۵). *رشد اقتصادی از کانال اکوسیستم کارآفرینی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
- رضایی، بیژن، نادری، نادر و سلیمانی، معین. (۱۳۹۸). ضرورت تقویت اکوسیستم کارآفرینی روستایی. *نشریه کارآفرینی در کشاورزی*، ۵ (۴)، ۷۱-۸۹.  
<https://doi.org/10.22069/jead.2020.16673.1373>
- رضائی‌نژاد، رحیم، برومند، محمدرضا و احمدی، فاطمه. (۱۳۹۷). اکوسیستم کارآفرینی: رویکردی جدید برای توسعه کارآفرینی در ورزش. *نشریه پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی*، ۸ (۱۶)، ۲۹-۴۰.  
<https://doi.org/10.22084/smms.2019.17945.2288>
- سایه‌وند، زهرا، اعلامی، فرنوش و شمس‌مورکانی، غلامرضا. (۱۳۹۹). شناسایی اکوسیستم کارآفرینی آموزشی، فرصت‌ها و تهدیدهای آن. *نشریه مدیریت بر آموزش سازمان‌ها*، ۹ (۱)، ۳۰۹-۳۳۱.  
<https://journalieaa.ir/article-1-150-fa.html>
- سخداری، جواد، شهریاری، ملیحه و یدالهی‌فارسی، جهانگیر. (۱۴۰۲). ارائه مدل توسعه اکوسیستم کارآفرینی روستایی (با تأکید بر اقامتگاه‌های بوم‌گردی روستاهای هدف گردشگری استان خراسان رضوی). *نشریه مطالعات اجتماعی گردشگری*، ۱۱ (۱)، ۱۹۴-۱۶۹.  
<https://doi.org/10.52547/journalitor.36239.11.21.169>
- سجاسی قیداری، حمدالله، شایان، حمید و حسینی کهنوج، سیدرضا. (۱۳۹۷). شناسایی عوامل مؤثر بر شکست کسب‌وکارهای کارآفرینان محلی با روش تئوری بنیانی و رویکرد آینده‌پژوهی (مطالعه موردی: گلخانه‌داران مناطق روستایی شهرستان جیرفت). *فصلنامه برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، ۲۲ (۱)، ۱۸۶-۱۵۴.  
<https://hsm.sp.modares.ac.ir/article-21-16099-fa.html>
- سجاسی قیداری، حمدالله، صادقلو، طاهره و شهدادی، علی. (۱۳۹۴). اثرات جهانی‌شدن بر تغییرات سبک زندگی در نواحی روستایی. *فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی*، ۷ (۴)، ۱۵۳-۱۸۸.  
<https://doi.org/10.7508/isih.2015.28.006>
- شریعتی‌مزیانی، سعید. (۱۳۹۴). *ریافت پدیدارشناسانه در مطالعات گردشگری*. *نشریه مطالعات اجتماعی گردشگری*، ۳ (۲)، ۹.  
<http://www.journalitor.ir/Article/35130/FullText>

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ۱، شماره ۱، ۸۲-۶۰، پاییز و زمستان ۱۴۰۳

- عزیزی، شهریار، حاجی پور، بهمن و علی عسکری، محمدرضا. (۱۳۹۷). طراحی و تبیین الگوی توسعه کارآفرینی در فضای مجازی ایران با تأکید بر سیاست‌های اقتصاد مقاومتی. *فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج*، ۲۱ (۸۱)، ۱۰۴-۱۳۶.  
<https://ensani.ir/file/download/article/1608545081-9959-99-53.pdf>
- علیزاده، ندا، نیکویی، علیرضا و مختاری، حمیدرضا. (۱۳۹۸). تحلیل محتوای مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده اکوسیستم کارآفرینی. *نشریه کارآفرینی در کشاورزی*، ۵ (۴)، ۸۹-۱۰۴.  
<https://doi.org/10.22069/jead.2020.17051.1385>
- قدیری معصوم، مجتبی، مطیعی لنگرودی، سیدحسین، زالی، محمدرضا و غلامی، علی. (۱۳۹۹). مرور نظامند و فراتحلیل کیفی پژوهش‌های اکوسیستم کارآفرینی. *فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، ۵۲ (۱۱۳)، ۱۱۰۲-۱۰۸۳.  
<https://doi.org/10.22059/jhgr.2019.260342.1007726>
- قربان‌نیاخیبری، وجیهه، میرسنجری، میرمهرداد، لیاقتی، هومان و آرمین، محسن. (۱۳۹۸). بررسی قابلیت توسعه گردشگری طبیعت در شهرستان دنا با استفاده از استراتژی تصمیم‌گیری AHP-OWA، *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۴ (۴۵)، ۱۰۵-۱۳۷.  
<https://doi.org/10.22054/tms.2019.24081.1691>
- نظریان، زهرا و حدادی‌مقدم، کبری (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SMEs) دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری استان گیلان. *نشریه صنعت و دانشگاه*، ۶ (۲۱)، ۱۸-۵.  
<http://jiu.ir/Article/53>
- Ahmadpour Daryani, M., Davari, A. and Ramezanpoor Nargesi, G. (2010). Encouraging Business Environment, Prerequisite of Entrepreneurship Development in Iran. *Management Studies in Development and Evolution*, 20 (61), 65-89. [In Persian]  
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.22518037.1389.20.61.3.9>
- Akbari Samani, N., Badri, S. A., rezvani, M. R. and Salmani, M. (2020). Performance Evaluation of Elements of Rural Tourism Entrepreneurship Ecosystem; Case Study: Tehran Province. *Journal of Rural Research*, 11 (3), 556-575. [In Persian]  
<https://doi.org/10.22059/jrr.2020.294235.1435>
- Alizadeh, N., Nikooei, A., & Mokhtari, H. R. (2019). Content Analysis of the Components of the Entrepreneurial Ecosystem in Iran. *Journal of Agricultural Entrepreneurship*, 5 (4), 89-104. [In Persian]  
<https://doi.org/10.22069/jead.2020.17051.1385>
- Asghari, S. and Jafari, H. (2018). Investigating the effects of tourism on the economic and social development of rural areas (case study: villages of Talesh city). *Geography*, 16 (57), 158-171. [In Persian]  
[https://mag.iga.ir/article\\_253475.html](https://mag.iga.ir/article_253475.html)
- Azizi, S., Hajipour, B. and aliaskari, M. R. (2019). Designing and explaining the entrepreneurship development pattern in Iran's cyberspace with emphasis on resilient economy policies. *Basij Strategic Studies*, 21 (81), 104-136. [In Persian]  
<https://ensani.ir/file/download/article/1608545081-9959-99-53.pdf>
- Badola, R., Hussain, S. A., Dobriyal, P., Manral, U., Barthwal, S., Rastogi, A., & Gill, A. K. (2018). Institutional arrangements for managing tourism in the Indian Himalayan protected areas. *Tourism Management*, 66, 1-12.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.10.020>
- Bahramipour, A., Mostaghimi, M. R., Hoseini, S. M. R. and Shojaeei, S. (2020). Identify the dimensions and components of tourism entrepreneurship in order to achieve sustainable rural development. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 7(2), 19-30. [In Persian]  
<https://doi.org/10.22069/jead.2021.18726.1445>
- Dehghani, A. and ADELI SARDOUEI, M. (2018). Impact of Rural Tourism Development on Cultural Components of Rural Residents: A Case Study of Jiroft County of Iran. *Village and Development*, 21 (1), 71-90. [In Persian]  
<https://doi.org/10.30490/rvt.2018.66079>
- Delić, A., & Perić, D. (2018). Influence of Business Ecosystem on Rural Tourism Development. In *Interdisciplinary Management Research*. 12 (3), 78-93.
- Esmaeili, S., Ghaderi, E., Yavari Gohar, F. and Yasouri, M. (2023). Qualitative Analysis of the Entrepreneurial Ecosystem Elements of the Hospitality and Tourism Industry (Case study: Bandar Anzali city). *Geographical Studies of Coastal Areas Journal*, 3 (4), 41-67. [In Persian]  
<https://doi.org/10.22124/gscj.2022.21792.1151>

بررسی تأثیر شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی بر توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی / حسینی کهنوج و سجاسی قیداری

- Ghadiri Masoum, M., Motiee Langroodi, S. H., Mohammad Reza, Z. and Gholami, A. (2020). Identifying and analyzing the roles and elements of an entrepreneurship ecosystem with a documentary approach. *Human Geography Research*, 52 (3), 1083-1102. **[In Persian]**  
<https://doi.org/10.22059/jhgr.2019.260342.1007726>
- ghorbannia, V., mirsanjari, M. M., Liaghati, H. and armin, M. (2019). The Study of the Potential of Ecotourism Development in Dena County Using AHP-OWA Decision-Making Strategy. *Tourism Management Studies*, 14 (45), 105-137. **[In Persian]**  
<https://doi.org/10.22054/tms.2019.24081.1691>
- HajiAghae, H., & Khalkhali, A. (2019). Monitoring the Entrepreneurship Ecosystem in Iranian Schools. *School Administration*, 7 (2), 166-190. **[In Persian]**  
<https://www.doi.org/10.34785/J010.2019.541>
- Heidari, M., badizadeh, A. and Heidarzadeh, K. (2020). Designing an Entrepreneurial Ecosystem Development Model in Border Areas (Study of Kurdistan Province). *Iranian journal of management sciences*, 15 (57), 29-59. **[In Persian]**  
[https://journal.ijms.ir/article\\_325.html](https://journal.ijms.ir/article_325.html)
- Hjalager, A. M., Kwiatkowski, G., & Qstervig Larsen, M. (2018). Innovation gaps in Scandinavian rural tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18 (1), 1-17.  
<https://doi.org/10.1080/15022250.2017.1287002>
- Hoseini Kohnouj, S. R. and Sojasi Gheidari, H. (2024). Identifying the key Players of the Rural Tourism Entrepreneurship Ecosystem and Strategic Analysis of Their Behavior Pattern Using the Future Research Approach Case example: Jiroft township. *Geography and Development*, 22 (75), 1-26. **[In Persian]**  
<https://doi.org/10.22111/gdij.2024.46827.3581>
- Hosseini Nia, G., & Ali Abadi, V. (2019). Gap analysis between current and desired status of entrepreneurship ecosystem dimensions in agricultural knowledge-based companies in Hamedan and Kermanshah provinces. *Quarterly Journal of Cooperation and Agriculture*, 8 (29), 57-78. **[In Persian]**  
<https://sid.ir/paper/377044/fa>
- Hosseini, G. H. and Aliabadi, V. (2021). The Model Design for Tourism Entrepreneurship Entrepreneurial Ecosystem Growth in the Rural Environment of Iran from the Perspective of Experts. *Iranian Agricultural Extension and Education Journal*, 17 (0), 195-213. **[In Persian]**  
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20081758.1400.17.0.15.9>
- Kensbock, S., & Jennings, G. (2011). Pursuing: A grounded theory of tourism entrepreneurs' understanding and praxis of sustainable tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16 (5), 489-504.  
<http://dx.doi.org/10.1080/10941665.2011.597574>
- Khashayari, P., Heydari, S. A. and Nemati Zadeh, S. (2024). A Scientific Research on Examining the Factors Affecting Entrepreneurial Opportunities from the View of Successful Entrepreneurs of the Cultural Heritage, Crafts and Tourism Organization. *Islamic Art Studies*, 18 (44), 150-173. **[In Persian]**  
[https://www.sysislamicartjournal.ir/article\\_135143.html](https://www.sysislamicartjournal.ir/article_135143.html)
- Kline, C., Hao, H., Alderman, D., Kleckley, J. W., & Gray, S. (2014). A spatial analysis of tourism, entrepreneurship and the entrepreneurial ecosystem in North Carolina, USA. *Tourism Planning & Development*, 11(3), 305-316.  
<https://doi.org/10.1080/21568316.2014.890127>
- Lee, T. H., Jan, F. H., Tseng, C. H., & Lin, Y. F. (2018). Segmentation by recreation ex-perience in island-based tourism: A case study of taiwan's liuqiu island. *Journal of Sustainable Tourism*, 26 (3), 362- 378.  
<https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1354865>
- Lerner, M., & Haber, S. (2001). Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship and the environment. *Journal of business venturing*, 16 (1), 77-100.  
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00038-5](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00038-5)
- Nazarian, Z., & Hadadi Moghaddam, K. (2013). Investigating the factors affecting entrepreneurship growth in knowledge-based small businesses (SMEs) located in Guilan Science and Technology Park. *Industry and University Journal*, 6 (21), 5-18. **[In Persian]**  
<http://jiu.ir/Article/53>
- Neck, H. M., Meyer, G. D., Cohen, B., & Corbett, A. C. (2004). An Entrepreneurial System View of New Venture Creation. *Journal of Small Business Management*, 42 (2), 190-208.  
<https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2004.00105.x>

- rabiee mandejin, M., Gholami, A., Alizadeh, M. and Mohammadzadeh Larijani, F. (2022). Identification and Design of a Model of Rural Tourism Entrepreneurship Ecosystem: The Case of Khalkhal City (Case study: Khalkhal city). *Tourism Management Studies*, 17 (57), 265-302. [In Persian]  
[https://tms.atu.ac.ir/article\\_14009.html](https://tms.atu.ac.ir/article_14009.html)
- Rahmaty, M., Pilevari Salmasi, N., & Dariush, A. (2023). Presenting a Model of Entrepreneurial Ecosystem in Tourism Businesses of Mazandaran Province: A Mixed Methods Approach. *Journal of Executive Management*, 14 (28), 167-196. [In Persian]  
<https://doi.org/10.22080/jem.2022.21742.3577>
- Ramzaninejad, R., Boroumand, M. R. and ahmadi, F. (2019). Entrepreneurship Ecosystem: A New Approach to Entrepreneurship Development in Sport. *Contemporary Studies on Sport Management*, 8 (16), 29-40. [In Persian]  
<https://doi.org/10.22084/smms.2019.17945.2288>
- Rezaei, B., Naderi, N., & Soleimani, M. (2018). The need to strengthen the rural entrepreneurship ecosystem. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 5 (4), 71-89. [In Persian]  
<https://doi.org/10.22069/jead.2020.16673.1373>
- Rokham, E. (2016). *Economic growth through the entrepreneurship ecosystem channel* (Master's thesis, Allameh Tabataba'i University). [In Persian]
- Sakhdari, J., & Shahriary, M. (2023). Designing a Model for The Development of Rural Entrepreneurship Ecosystem with Emphasis on Ecotourism Resorts in Tourist Villages of Khorasan Razavi Province. *Social Studies in Tourism*, 21 (21), 169. [In Persian]  
<https://doi.org/10.52547/journalitor.36239.11.21.169>
- Sayehvand, Z., Alami, F., & Shams, M. G. (2020). Identifying ecosystem, opportunities and environmental of educational entrepreneurship. [In Persian]
- Sayevand, Z., E'lami, F., & Shams-Mowrkani, Gh. (2020). Identifying ecosystem, opportunities and environmental of educational entrepreneurship. *Journal of Organizational Education Management*, 9 (1), 309-331. [In Persian]  
<https://journalieaa.ir/article-1-150-fa.html>
- Shariati Mazinani, S. (2016). A phenomenological approach in tourism studies. *Journal of Social Studies of Tourism*, 3 (2), 9. [In Persian]  
<http://www.journalitor.ir/Article/35130/FullText>
- Sojasi Qeidari, H., Sadeghloo, T., & Shahdadi, A. (2015). The effects of globalization on lifestyle changes in rural areas. *Quarterly Interdisciplinary Studies in Humanities*, 7 (4), 153-188. [In Persian]  
<https://doi.org/10.7508/isih.2015.28.006>
- Sojasi Qeidari, H., Shayan, H., & Hosseini Kahnooj, S. R. (2018). Identifying factors affecting on entrepreneurs' local business defeat by fundamental theory and futuristic approach. *Management and Strategic Policy (MJSP)*, 22 (1), 154-186. [In Persian]  
<http://hsmasp.modares.ac>
- Suresh, J., Ramraj, R. (2012). Entrepreneurial ecosystem: Case study on the influence of environmental factors on entrepreneurial success. *European Journal of Business and Management*, 4 (16), 95-101;  
<http://www.iiste.org/Journals/>
- Taghaddosi, A., Varese, H., Ahmadian, M., & Asgari, H. (2015). Identification and analysis of factors affecting tourism development in rural areas (Case study: Rural areas of Jiroft County). *Journal of Rural Research and Planning*, 4 (1), 1-14. [In Persian]  
[https://jrrp.um.ac.ir/article\\_25465\\_bf62b054a06f721d6e44f868c1516bb7.pdf](https://jrrp.um.ac.ir/article_25465_bf62b054a06f721d6e44f868c1516bb7.pdf)
- Wang, L., & Yotsumoto, Y. (2019). Conflict in tourism development in rural China. *Tourism Management*, 70, 188-200.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.08.012>
- Zhou, Y. (2019). Study on the Promotion of Rural Tourism in China's Ethnic Minority Areas Taking Inner Mongolia Autonomous Region as an Example. In 3rd International Seminar on Education Innovation and Economic Management (SEIEM 2018). *Atlantis Press*.  
<https://doi.org/10.2991/seiem-18.2019.36>