

## طراحی مدل سرعت بخش توسعه و گسترش بوم سامانه‌های کارآفرینی گردشگری در محیط روستایی ایران از دیدگاه نخبگان

غلامحسین حسینی‌نیا<sup>\*</sup>، وحید علی‌آبادی

(دریافت: ۹۹/۰۳/۰۱؛ پذیرش: ۹۹/۰۶/۳۰)

### چکیده

اکوسیستم کارآفرینی قابل تقلید و تکثیر نیست و در توسعه کارآفرینی باید مزیت‌های منطقه‌ای و کشوری را مورد توجه قرار داد و از کپی کردن نمونه‌های اکوسیستم‌های کارآفرینی موفق از جمله سیلیکون ولی اجتناب شود. با توجه به اهمیت کارآفرینی روستایی، باید در حیطه گردشگری و نقش کلیدی گردشگری در توسعه روستایی و کاهش چالش‌های روستاهای قرار گرفته در مناطق کمتر توسعه‌یافته، نگاهی نظام‌مند داشت. پژوهش حاضر به دنبال تحلیل عوامل مؤثر بر اکوسیستم کارآفرینی گردشگری بر اساس مدل تغییر یافته آیزنبرگ در بستر روستایی ایران است. این مطالعه از نوع پژوهش‌های کاربردی و پیمایشی توصیفی است. جامعه آماری ۲۸۵ نفر از سیاست‌گذاران کارآفرینی گردشگری، کارآفرینان حیطه گردشگری و صاحبان کسب و کارهای گردشگری روستایی بودند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود. روایی و پایایی با استفاده از نظرات متخصصان و آزمون پایلوت تأیید شد. تحلیل نتایج نشان داد که مجموعه‌ای از عوامل وجود دارد که اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در بستر روستایی ایران را تحت تأثیر 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.

**واژه‌های کلیدی:** اکوسیستم کارآفرینی، مدل آیزنبرگ، کارآفرینی، اکوسیستم، گردشگری روستایی.

دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، گروه کسب و کارهای جدید، تهران، ایران.  
دانش‌آموخته دکتری ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان، همدان، ایران.

<sup>\*</sup> نویسنده مسئول، پست الکترونیک: hosseininia@ut.ac.ir

## مقدمه

تخصیص منابع و توجه کافی به کارآفرینی، گرفتار دیدگاه‌های بخشی به‌جای دیدگاه سیستمیک بود. با ناکارآمدی سیاست‌های بخشی در توسعه کارآفرینی، نیاز به وجود یک رویکرد اکوسیستم با روابط درهم‌تنیده‌ای از عناصر آن احساس شد. نادگرودکیویچ (Nadgrodkiwicz, 2013)؛ بنابراین پارادایم اکوسیستم کارآفرینی به‌عنوان مبنایی برای طراحی سیاست‌های کارآفرینی به‌ویژه برای کسب و کارهای جدید ظهور یافت. بحث اکوسیستم در کارآفرینی که توسط جیمز مور در سال ۱۹۹۳ ابداع شد و در مهر و موم‌های بعد توسط آیزنبرگ ۲۰۱۱ این واژه گسترش یافت. میسون و برون (Mason & Brown, 2015) و اشپیگل (Spigel, 2015). بر اساس ادبیات موجود عوامل اثرگذار هم چون ویژگی‌های اقتصادی؛ فرهنگی و ویژگی‌های کلان اقتصادی که از آن به ویژگی‌های اکوسیستمی حیات یک بنگاه اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Cefis et al., 2005; Agarwal et al., 1998; Kauffman Foundation, 2010; Research Series: Boheim, et al., 2009; Dunne et al., 1989; Cressy, Robert, 2006) با توجه به شکل‌گیری واژه اکوسیستم کارآفرینی واحد تحلیلی در مطالعات می‌تواند سطوح سازمان، بازار و اکوسیستم باشد (Overholm, 2015). در ادبیات رایج کسب و کارها اکوسیستم به‌عنوان ابزاری حیاتی برای ایجاد اقتصادی انعطاف‌پذیر بر اساس نوآوری کارآفرینانه است (Stam, 2015). بدیهی است اولین گام در شناخت و پیاده‌سازی سیاست‌گذاری‌های عرصه کارآفرینی در کشور شناخت درست اکوسیستم کارآفرینی در سطح ملی، منطقه‌ای و تشخیص گلوگاه‌ها و نقاط چالش برانگیز است که مزایای رقابتی کشور را فرسوده و تلف می‌کند. آیزنبرگ (Isenberg, 2011) معتقد است که اکوسیستم کارآفرینی قابل تقلید و تکثیر نیست و در توسعه کارآفرینی باید مزیت‌های منطقه‌ای و کشوری را مورد توجه قرار داد و از کپی کردن نمونه‌های اکوسیستم موفق از جمله سیلیکون ولی اجتناب شود. با توجه به اهمیت کارآفرینی روستایی در حیطه گردشگری و نفس با اهمیت گردشگری در توسعه روستایی و کاهش چالش‌های روستاهای در مناطق کمتر توسعه یافته باید نگاهی نظام‌مند داشت. به‌طوری که تمام عوامل اقتصادی، فرهنگی، مالی و حمایتی به‌طور هم‌زمان توجه کرد و در تدوین سیاست‌های توسعه کارآفرینی گردشگری در قالب یک اکوسیستم در نظر گرفته شود. بر این اساس هدف این پژوهش شناسایی عوامل اکوسیستم کارآفرینی ایران در بستر گردشگری روستایی است، که منجر به توسعه مدل مفهومی اکوسیستم کارآفرینی گردشگری شود و در سیاست‌گذاری‌های بالادستی کشور منظور گردد.

بر این اساس اهداف اساسی تحقیق عبارت‌اند از: شناسایی الگوی اکوسیستم کارآفرینی در بستر گردشگری روستایی و اعتبار یابی ساختار عاملی الگوی اکوسیستم کارآفرینی در بستر گردشگری روستایی می‌باشد. اکوسیستم کارآفرینی به عناصر افراد، سازمان‌ها یا مؤسسات خارج از فرد کارآفرین اشاره دارد که محرک یا مانع تصمیم فرد برای کارآفرین شدن یا احتمال موفقیت او در صورت راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه است، اکوسیستم کارآفرینی محیطی را ایجاد می‌کند که تلاش‌های کارآفرینانه را تشویق کند (Pistrui, et al., 2008; Cohen, 2006; Roberts & Eesley, 2009; Neck, et al., 2004; Isenberg, 2011; Forfas, 2009).

سورش و رامجا (Suresh & Ramraj, 2012) چارچوب مفهومی از اکوسیستمی ۸ عامل بر تصمیم‌گیری افراد برای انتخاب مسیر کارآفرینی اثر می‌گذارند که اکوسیستم کارآفرینی را تشکیل می‌دهند؛ حمایت اخلاقی، مالی، تکنولوژی، بازار، اجتماعی، شبکه، دولت و حمایت محیطی. داشان و همکاران (Dahshan, et al., 2010) اکوسیستم به‌طور دینامیک با هم تعامل دارند و هماهنگی بین اقدامات، تقسیم وظایف و هم‌افزایی بین عناصر اکوسیستم وجود دارد. از نظر اورهولم (Overholm, 2015)؛ مجمع جهانی اقتصاد (World Economic Forum, 2013)، فیلد (Feld, 2012)؛ هوانگ و هوروویت (Hwang & Horowitz, 2012). در ادبیات رایج کسب و کار اکوسیستم به‌عنوان ابزاری حیاتی برای ایجاد اقتصادهای انعطاف‌پذیر بر اساس نوآوری کارآفرینانه است. آمولو و میگیرو (Amolo & Migiro, 2014) اکوسیستم کارآفرینانه را تسهیلات، منابع، افراد و فضایی کارآفرینانه تعریف می‌کند که برای تحقق کارآفرینی ضروری است.

اکوسیستم کارآفرینی به عناصر- افراد، سازمان‌ها یا مؤسسات- خارج از فرد کارآفرین اشاره دارد. که محرک یا مانع تصمیم فرد برای کارآفرین شدن یا احتمال موفقیت او در صورت راه‌اندازی کسب و کار کارآفرینانه است. اکوسیستم کارآفرینی

محیطی را ایجاد می کند که تلاش های کارآفرینانه را تشویق کند (Forfas, 2009). ممکن است ترکیب های بسیاری وجود داشته باشد که منتهی به ایجاد اکوسیستم های متفاوت و متناوب گردد به طوری که با موفقیت و پیشرفت همراه باشند. این عناصر شامل شرکت ها، دانشگاه ها، آزمایشگاه ها، مشاورین، سرمایه گذاران، سازمان های پژوهشی، مؤسسات و غیره می باشند (Cohen, 2006).

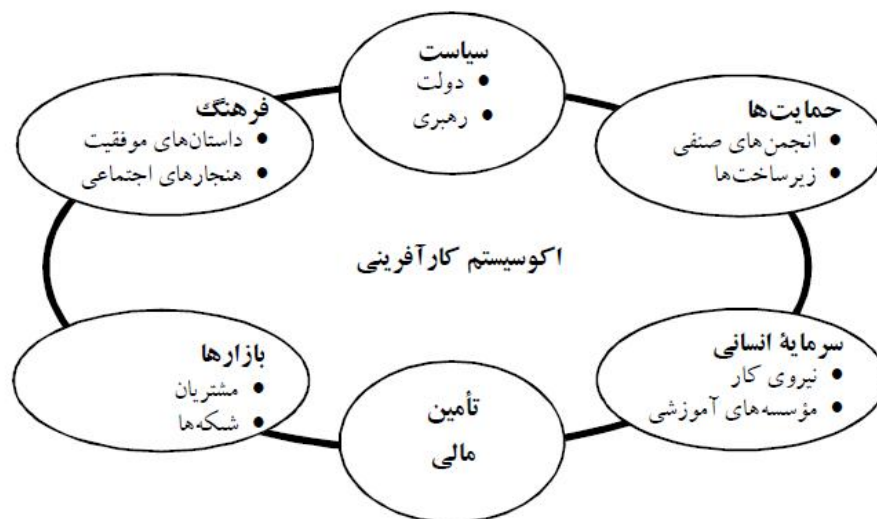
رگله و نک (Regele & Neck, 2012) اکوسیستم کارآفرینی را نتیجه تعامل مردم، نقش ها، زیرساخت ها، سازمان ها و حوادثی می دانند که محیطی را برای بالا بردن سطوح فعالیت کارآفرینانه ایجاد می کنند. پیستروی و همکاران (Pistru et al., 2008) معتقدند قطع نظر از جزئیات، مفهوم اکوسیستم کارآفرینی، از سه فاکتور کلیدی تشکیل شده است: وجود انبوه بحرانی از کارآفرینان، شرکت ها و مؤسسات خصوصی در مکان ویژه؛ توسعه شبکه متراکم از روابط بین این عوامل؛ و فرهنگ کارآفرینی که همه این تکه ها را با هم جمع می کند. در نهایت آیزنبرگ ۲۰۱۱ در موسسه جهانی بایسون واژه اکوسیستم کارآفرینی را توسعه داد و معتقد است که اکوسیستم را شامل بازار (مشرتی ها اولیه و شبکه هایی همچون شبکه های کارآفرینی و شرکت های بین المللی)؛ ۲) سیاست (شیوه های رهبری مستحکم و پشتیبانی از ساختارهای دولت در چارچوب نهادها؛ چارچوب مقرراتی مشوق ها و قانون گذاری سرمایه پسند)؛ ۳) سرمایه مالی (وام های خرد، تأمین بودجه سرمایه گذاری ریسک پذیر و سرمایه گذاران آنجل)؛ ۴) فرهنگ (موفقیت های قابل مشاهده، تحمل ریسک و شکست و موقعیت اجتماعی کارآفرینان)؛ ۵) حمایت ها (زیرساخت ها، حمایت های حرفه ای همچون قانونی و حسابداری و سازمان های غیر دولتی)؛ ۶) سرمایه انسانی (مؤسسات آموزشی و نیروی کار است. عوامل مختلفی در یک اکوسیستم کارآفرینی در یک کسب و کار می تواند نقش ایفا کند از جمله ویژگی های عوامل مدیریتی، آموزش مدیران، پاسخگویی و چالاکي راهبردی قوانین، دسترسی به تأمین مالی و ظرفیت منابع انسانی ظرفیت مدیریت، مهارت های بازاریابی و ظرفیت های فناوری نقش تسهیلات بانکی بنگاه های کوچک و مدیر داده ها و اطلاعات و سیستم های اطلاعاتی، سرمایه گذاری های، تغییراتی در نوع و روش آموزش و نحوه تعامل صنعت با دانشگاه، تسهیلات و حمایت های مالی و غیرمالی، راهبردهای افزایش فروشندگان، توسعه روابط عمومی و اطلاع رسانی درباره محصولات، فروش محصولات در مناطق جدید و بهبود و اصلاح محصولات کنونی توسعه و بهبود روابط با مؤسسات آموزشی و سایر خدمات کمکی، ارتقا قابلیت های فناورانه، تقویت ظرفیت فرهنگ تعاون و نظام تعاونی یک جامعه نقش مهمی در فرایند رشد و توسعه کسب و کارها بر عهده دارند. (Acs:etal,2017;Obasan,2014;Salimzadeh et al,2013;Regasa,2015)؛ همکاران، ۱۳۹۵؛ جمالی و همکاران، ۱۳۹۵؛ خسروی، ۱۳۹۴؛ سروی و همکاران، ۱۳۹۵).

در مطالعه جمشیدی و همکاران (۱۳۹۸)؛ ایزدی و همکاران (۱۳۹۸)؛ حسینی نیا و فلاحی (۱۳۹۶) وراسخی و همکاران (۱۳۹۵) به عوامل فردی، فرهنگی ر اجتماعی، نهادی، طبیعی و بوم شناختی اشاره کرد. در اکوسیستم کارآفرینی باید بررسی شود هریک از عناصر چگونه وظایف خودشان را انجام می دهند زیرا ضعف در هر یک از عناصر می تواند به طور مستقیم و غیر مستقیم بر شایستگی یا قابلیت اکوسیستم اثرگذارند که این در یک اکوسیستم کارآفرینی در بستر گردشگری روستایی از اهمیت دو چندانی برخوردار است.

مدل های اکوسیستم کسب و کار و یا اکوسیستم کارآفرینانه به طور عمده چارچوب هایی هستند که کلیه عوامل فردی و محیطی تأثیرگذار بر کسب و کار را مورد کنکاش قرار داده اند (Peltoniemi, Olsson et al, 2005; Isenberg, 2010; Vogel, 2013). به نقل از روستد (Rosted, 2012)، وجه مشترک عمده این دیدگاه ها این گونه استدلال کرده اند که در اکوسیستم ها، شرکت های جدید فرصت های بهتری برای رشد و ایجاد اشتغال در مقایسه با شرکت هایی که در مکان هایی دیگر ایجاد شده اند، دارند (Rosted, 2012). اکوسیستم های کارآفرینانه در مکان هایی ظاهر می شوند که دارایی های خاص آن منطقه را داشته باشند. ویژگی های کشور یا منطقه بر تصمیم گیری کارآفرینان تأثیر می گذارند و می تواند عملکرد راه اندازی و احتمال موفقیت کسب و کار را بهبود بخشد (Butler, Garg, & Stephens, 2015). مزیت های منطق های، برتری های مطلق، نسبی و یا رقابتی موجود در یک منطقه بستر ساز فرصت های کارآفرینانه هستند. بر اساس پژوهش های اخیر توسعه منطقه ای میلز و موریس (Miles & Morrison, 2018)؛ روندی (Roundy, 2017).

سیاست گذاری باید بر اساس مزیت های خاص یک کشور یا منطقه باشد (Asheim et al., 2011) نه بر مبنای تبعیت از تجربیات بومی سازی نشده سایر کشورها، ویژگی های منطقه بر تصمیم گیری کارآفرینان برای راه اندازی و توسعه کسب و کار و

احتمال موفقیت کسب و کار تأثیر دارد (Butler et al, 2015). استام (Stam, 2016) در مقاله‌ای اظهار می‌دارد که فعالیت‌های اخیر بر روی اکوسیستم کارآفرینانه در مراحل اولیه توسعه بوده و مدل آیزنبرگ مدلی است که میان سیاست‌گذاران و رهبران از محبوبیت بیشتری دارد. اما با این وجود هنوز تعریفی جامع و دقیق در مورد اکوسیستم کارآفرینی در محافل علمی وجود ندارد (Stam & Spiegel, 2016). از آنجا که بیشتر مقالات و مطالعات از ابعاد مشابه و تکراری استفاده نموده‌اند در بسترهای مختلف در این مطالعه با توجه به شهرت بیشتر مدل آیزنبرگ (Isenberg, 2011) این مدل به‌عنوان مبنا مورد توجه قرار گرفت. آیزنبرگ (Isenberg, 2011) معتقد است در قلب استراتژی کارآفرینی، وجود این دیدگاه که چه عواملی در اکوسیستم کارآفرینی شامل می‌شوند و چطور استنتاج می‌گردند، تعجب‌برانگیز نیست. نیاز برای استراتژی اکوسیستم ریشه در مشاهده جوامعی دارد که کارآفرینی بی‌وقفه در آن‌ها در حال رشد است، در حقیقت این موفقیت بی‌نظیر در نتیجه محیط پیچیده یا اکوسیستمی است که نمود پیدا کرده است. این اکوسیستم کارآفرینی شامل عناصر زیادی است که اگرچه آن‌ها به دلیل تعاملات پیچیده وابسته به موقعیت‌های ویژه‌ای هستند ولی آن‌ها همیشه وجود دارند اگر کارآفرینی متکی به خود باشد؛ بنابراین اگرچه ترکیب‌ها همیشه بی‌نظیر هستند برای وجود کارآفرینی متکی به خود، سیاست، بازار، سرمایه، مهارت‌های انسانی، فرهنگ و حمایت‌ها لازم هستند. البته نکته مهم این است که هر اکوسیستم کارآفرینی بی‌نظیر است. اگرچه هر اکوسیستم کارآفرینی جامع می‌تواند با استفاده از این شش قلمرو توصیف شود، ولی هر اکوسیستم نتیجه‌ای از صدها عنصری است که به روش‌های پیچیده و شیوه خاصی با یکدیگر تعامل دارند بنابراین نقشه‌برداری اکوسیستم و بروز نگاه‌داشتن اطلاعات در رابطه با هر کاری که توسط هرکسی در این اکوسیستم اجرا می‌گردد و شکل‌های ممکن از همکاری و هم‌افزایی که ممکن است بین این سازمان‌ها باشد مرحله ضروری برای رسیدن به نتیجه مطلوبی از کارآفرینی می‌باشد (Isenberg, 2011).



مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ (Isenberg, 2011)

گردشگری به‌عنوان کاتالیزوری کارآمد برای بازسازی و توسعه اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی یاد شده در این پژوهش به دنبال ترسیم اکوسیستم کارآفرینی در بستر گردشگری روستایی بود تا با ارائه ابعاد اکوسیستم کارآفرینی گردشگری هم از جنبه نظری و در بخش سیاست‌گذاری کمکی به رشد گردشگری روستایی نماید.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر شناسایی ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در بستر گردشگری روستایی ایران است که بر مبنای هدف از نوع کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی-پیمایشی است. رویکرد پژوهش بر اساس مطالعات تطبیقی متعدد در حوزه کارآفرینی استوار است که بر اساس آن مدل مفهومی جدیدی در زمینه اکوسیستم کارآفرینی گردشگری تدوین شده است. ابزار گردآوری

اطلاعات مصاحبه مبتنی بر پرسشنامه با مقیاس ۵ نقطه لیکرت می‌باشد. این پرسشنامه بر اساس مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ (Isenberg, 2011) استخراج شد که بعد از نظرسنجی با متخصصان حیطه کارآفرینی پس از اصلاحات لازم و بررسی روایی محتوایی آن استفاده شد در نتیجه بعد از حذف ۸ زیر مؤلفه و متناسب‌سازی ابعاد در بستر گردشگری متغیرهای نظام‌های سیاستی مورد نیاز، بعد فرهنگی اجتماعی، بعد سرمایه انسانی، بعد بازار، بعد مالی اقتصادی، بعد حمایت‌ها و پشتیبانی، شبکه‌ها و تعاملات و ظرفیت طبیعی تقسیم و اندازه‌گیری شد. جامعه آماری پژوهش در عرصه کارآفرینی گردشگری شامل (۱) کارکنان ستادی و مدیران میانی اداره کل میراث فرهنگی (۲) مدیران و کارکنان اتحادیه‌های گردشگری و سازمان‌های غیر دولتی در حیطه گردشگری روستایی (۳) افراد روستایی درگیر در پروژه بوم‌گردی روستایی در استان همدان تشکیل داد. جامعه آماری دقیق با استفاده از فرمول  $n=(Z^2pq)/S^2$  استفاده شد.  $Z=1.96$  و  $p=q=0.5$  و  $S=10\%$  حداقل حجم نمونه ۱۹۵ نفر تعیین شد برای افزایش دقت پژوهش تعداد ۲۲۰ پرسشنامه در بین جامعه نمونه با رویکرد خوشه‌ای با انتساب متناسب تقسیم و تکمیل شد. به‌منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات با کاربرد نرم‌افزارهای SPSS<sub>22</sub> و PLS<sub>3</sub> استفاده شد. بررسی اعتبار پرسشنامه با پرس‌وجو توسط هیئت متخصصین کارآفرینی گردشگری مورد تأیید قرار گرفت... برای ارزیابی پایایی گویه‌های پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ و شاخص پایایی ترکیبی (CR) استفاده شد. برای ارزیابی روایی پرسشنامه نیز دو معیار روایی همگرا شاخص (AVE) به کار گرفته شد. در بخش تجزیه و تحلیل داده‌ها از تحلیل عاملی تأییدی برای ترسیم الگو استفاده شد.

### یافته‌ها و بحث

مشخصات جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان به این شرح است: از لحاظ میزان تحصیلات ۳۹ درصد بی‌سواد و خواندن و نوشتن، ۳۵ درصد دیپلم، ۲۲ درصد فوق‌لیسانس و ۴۱۷ درصد ارشد بودند؛ از لحاظ سنی ۲۷ درصد در رده ۲۵ - ۳۵ سال، ۴۳ درصد در رده ۳۶ - ۴۵ سال و ۲۰ درصد بالاتر از ۴۶ سال قرار داشتند؛ از نظر سابقه کاری ۳۰ درصد دارای سابقه کاری کمتر از ۱۰ سال، ۴۶ درصد دارای سابقه ۱۱ - ۲۰ سال و ۲۴ درصد دارای سابقه بالای ۲۰ سال بودند. ۷۴ درصد از آن‌ها ساکن مناطق روستایی هستند و ۲۶ درصد در شهر سکونت داشتند.

### اولویت‌بندی اکوسیستم کارآفرینی در بستر گردشگری روستایی

به‌منظور بررسی و توصیف وضعیت ابعاد اکوسیستم کارآفرینی گردشگری از آزمون فریدمن استفاده شد. نتایج حاصل گویای آن است که تفاوت آماری معنی‌داری بین اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در بین جامعه آماری وجود دارد به‌طوری که به ترتیب، نظام‌های سیاستی سیاسی ۴/۴۵، حمایت‌ها ۴/۳۲، شبکه‌سازی و تعاملات ۴/۲۶ و بعد فرهنگی اجتماعی ۴/۱۴ در چهار اولویت اول قرار دارند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که دست اندرکاران گردشگری روستایی معتقدند نظام‌های سیاستی از حد نسبتاً مطلوب‌تری در سطح جامعه روستایی برخوردار هستند در مقابل بعد فرهنگی اجتماعی، بعد سرمایه انسانی، بعد مالی و بعد بازار و توان طبیعی و زیربنایی از نظر افراد دخیل در گردشگری روستایی از سطح مطلوبیت کمتری برخوردار هستند و احتیاج به پوست‌اندازی و تقویت این ابعاد در یک اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در روستاها وجود دارد.

جدول ۱- اولویت‌بندی زیست‌بوم در بستر گردشگری روستایی

ابعاد	ابعاد	m	df	مربع کای	sig
نظام‌های سیاستی حاکمیتی	۴/۴۵				
حمایت و پشتیبانی	۴/۳۲				
شبکه‌سازی و ارتباطات	۴/۲۶				
فرهنگی اجتماعی	۴/۱۴	۷		۳۵۷/۲۴	۰/۰۰۱
سرمایه انسانی	۳/۴۸				
مالی اقتصادی	۳/۳۹				
توان طبیعی و زیربنایی	۳/۲۷				
بازار	۳/۱۹				

به منظور بررسی ابعاد اکوسیستم کارآفرینی گردشگری، از دیدگاه دست اندرکاران زن و مرد در بستر گردشگری روستایی به تفکیک جنسیت آزمون تی استیودنت گرفته شد.

جدول ۲- مقایسه ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در بستر گردشگری روستایی به تفکیک جنسیت

ابعاد	زنان		مردان		T. value	Sig.
	Mean	Sd.	Mean	Sd.		
نظام‌های سیاستی حاکمیتی	۳/۴۳	۰/۹۴	۳/۴۲	۱/۰۳	۲/۲۱	۰/۰۹۱
حمایت‌ها	۳/۷۶	۱/۱۲	۳/۱۱	۰/۹۶	۲/۵۳	۰/۰۰۱
نهادهای، شبکه‌ها و تعاملات	۳/۳۳	۰/۹۸	۳/۸۲	۱/۲۴	۲/۵۱	۰/۰۰۲
فرهنگی اجتماعی	۳/۲۸	۱/۱۲	۳/۶۱	۱/۰۶	۲/۷۲	۰/۱۰۱
سرمایه انسانی	۳/۱۸	۱/۰۲	۳/۲۲	۱/۱۳	۲/۲۳	۰/۱۰۹
مالی	۳/۰۸	۱/۲۲	۳/۰۱	۰/۹۱	۲/۰۲	۰/۰۸۸
توان طبیعی و زیر بنایی	۳/۱۸	۱/۲۱	۳/۲۱	۰/۹۴	۲/۸۱	۰/۱۲۴
بازار	۳/۰۷	۱/۲۰	۳/۰۴	۱/۰۱	۲/۲۳	۰/۰۹۱

به منظور مقایسه میانگین متغیرهای تحقیق بین زنان و مردان اقدام به آزمون مقایسه میانگین گردید. همان گونه که در جدول ۲ ملاحظه می‌شود، بین میانگین حمایت‌ها، نهادهای، شبکه‌ها و تعاملات و فرهنگی اجتماعی بین زنان و مردان دست اندرکار گردشگری روستایی تفاوت آماری معنی‌داری وجود دارد. میانگین نمره زنان در دو بعد شبکه‌ها و تعاملات و فرهنگی اجتماعی بیشتر از مردان بود به عبارتی دیگر، زنان نگرش بیشتر نسبت به شبکه‌سازی و تعاملات و مسائل فرهنگی اجتماعی در حیطه گردشگری روستایی دارند. در مقابل مردان از حساسیت کمتری نسبت به این ابعاد برخوردارند در مقابل مردان نسبت به بعد حمایت‌ها حساسیت بیشتری دارند.

#### معیارهای برازش مدل

در روش مدل‌یابی معادلات ساختاری قبل از اجرای مدل برای آزمودن فرضیه‌ها، برازش مدل بررسی می‌شود تا از صحت و دقت یافته‌ها اطمینان حاصل شود. برای سنجش مدل از شاخص‌های پایایی ترکیبی (CR)، میانگین واریانس استخراج شده (AVE)، بارهای عاملی استفاده شد.

جدول ۳- ارزیابی پایایی و روایی هم‌گرایی ابعاد اصلی مدل اکوسیستم کارآفرینی در بستر گردشگری روستایی

ابعاد متغیرها	پایایی		تحلیل عاملی اکتشافی			تحلیل عاملی تأییدی		نتیجه فرضیه
	آلفا کرونباخ	پایایی ترکیبی	KMO	درصد واریانس	ضریب مسیر (C)	T اماره		
نظام‌های سیاستی حاکمیتی	۰/۷۵	۰/۸۳	۰/۷۱	۰/۵۱	۰/۷۹	۱۷/۳۲	تأیید	
حمایت‌ها	۰/۷۱	۰/۸۲	۰/۷۲	۰/۵۷	۰/۸۴	۲۳/۳۱	تأیید	
نهادهای، شبکه‌ها و تعاملات	۰/۷۵	۰/۸۵	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۵۱	۸/۳۱	تأیید	
بعد فرهنگی اجتماعی	۰/۷۸	۰/۸۶	۰/۷۱	۰/۵۱	۰/۸۱	۲۱/۳۱	تأیید	
سرمایه انسانی	۰/۷۳	۰/۸۱	۰/۷۷	۰/۵۳	۰/۵۴	۶/۳۱	تأیید	
توان طبیعی و زیر بنایی	۰/۶۹	۰/۸۲	۰/۷۲	۰/۵۱	۰/۵۰	۴/۲۵	تأیید	
مالی اقتصادی	۰/۷۳	۰/۸۲	۰/۶۵	۰/۵۶	۰/۶۶	۹/۳۱	تأیید	
بازار	۰/۷۷	۰/۸۵	۰/۹۸	۰/۵۵	۰/۷۷	۱۵/۳۱	تأیید	
معیار پذیرش	۰/۷≥	۰/۷≥	۰/۷≥	۰/۵۰≥	۰/۴≥	۱/۹۶≥	تأیید	

در مورد پایایی ترکیبی، مقدار بالای ۰/۷ برای این معیار نشان‌دهنده پایایی قابل قبول است (Hulland, 1999). همچنین، برای بررسی روایی همگرا از معیار میانگین واریانس استخراج شده استفاده شد. مقدار ملاک برای سطح قبولی آن ۰/۵ است (Fornell & ۱۹۸۱).

(Larcker). همچنین، بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک متغیر با آن متغیر محاسبه می‌شوند که اگر این مقدار برابر یا بیشتر از مقدار ۰/۴ باشد (Hulland, 1999). تأیید می‌کند که پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل قبول است. مقادیر ضریب تعیین نیز نشان می‌دهند سازه‌های درون‌زا در مدل تحقیق به چه میزان قدرت پیش‌بینی کنندگی دارند. شایان‌ذکر است مقدار آن فقط برای متغیرهای درون‌زای مدل محاسبه می‌شود. روایی واگرا، میزان رابطه یک متغیر پنهان یا بعد با پرسش‌های مربوط به خود، در مقایسه رابطه آن متغیر با سایر متغیرهای پنهان را بررسی می‌کند. به اعتقاد فورنل و لارکر (Fornell & Larcker, 1981) روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان جذر میانگین واریانس استخراج‌شده برای هر بعد بیشتر از مقدار توان دوم ضرایب همبستگی میان آن بعد و سایر ابعاد در مدل باشد. به منظور سنجش روایی واگرا از شاخص AVE استفاده شده است برای این بررسی جذر AVE هر سازه با همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر مقایسه شد. بر این اساس AVE باید از واریانس بین آن سازه یا متغیر مکنون با سایر سازه‌ها یا متغیر مکنون بزرگ‌تر باشد. در جدول ۴ اعداد روی قطر جذر AVE می‌باشند.

جدول ۴- مقایسه ضریب همبستگی و جذر میانگین واریانس استخراج‌شده ابعاد از زیست بوم کارآفرینی گردشگری

ابعاد متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
۱. نظام‌های سیاسی حاکمیتی	۰/۷۶							
۲. حمایت‌ها		۰/۷۶						
۳. نهادها، شبکه‌ها و تعاملات			۰/۷۹					
۴. فرهنگی اجتماعی				۰/۷۷				
۵. سرمایه انسانی					۰/۷۶			
۶. مالی						۰/۷۸		
۷. بازار							۰/۷۷	
۸. توان طبیعی و زیر بنایی								۰/۷۵

از مجموع شاخص‌های مذکور این‌گونه برداشت نمود که مدل مذکور برازش خوبی با داده‌های مطالعه داشته است. همچنین شاخص‌های مهم دیگری CFI و RFI و NFI و GFI و نیز AGFI در جدول ۵ گزارش شده‌اند.

جدول ۵- شاخص‌های برازندگی مدل نظری پیشنهادی اکوسیستم کارآفرینی گردشگری روستایی

تئوری	Chi	Chi/df	CFI	RFI	GFI	AGFI	RMSEA
اکوسیستم کارآفرینی	۱۵۳۵/۳	۲/۵۶	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۹۲	۰/۹۰	۰/۶۸

در اغلب منابع در این شاخص‌ها، برازش 0.90 به‌عنوان مقادیر قابل قبول قلمداد می‌شود که در جدول فوق، مقدار این شاخص‌ها، از ۰/۹۰ بیشتر شده که حاکی از برازش بسیار خوب و قابل قبول داده‌ها با مدل تدوین شده می‌باشد. شاخص دیگر RMSEA است که به‌صورت اشاری گزارش می‌شود و یکی از شاخص‌های معتبر برآورد برازندگی مدل به‌حساب می‌آید. مقادیر صفر تا کمتر از ۸ در مورد این شاخص قابل قبول است (Hooper et al., 2012). در این تحقیق مقدار RMSEA ۰/۶۸ شده حاکی از این است که برازش مدل به دست آمده، بسیار خوب و قابل قبول می‌باشد. بنابراین بر اساس نتایج بدست آمده می‌توان نتیجه گرفت که مدل از برازش خوبی برخوردار می‌باشد. مقایسه آمارهای مدل تخمین زده شده با مدل برآورده شد در جدول ۹ به‌ویژه آمارهای Standardized Root Mean Square Residual و Normed Fit Index در کنار خی‌دو گویای آن است که مدل از بزارش مناسبی برخوردار است یعنی شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی گردشگری مناسب چیده شده‌اند و با شاخص مناسب اندازه‌گیری شده‌اند.

جدول ۶- شاخص‌های برازندگی مدل نظری پیشنهادی

آماره	مدل اشباح	مدل برآورده شده
SRMR	۰/۰۹	۰/۰۹۳
Chi-Square	۴/۱۶۶/۰۵	۴/۲۶۲/۱۸
NFI	۰/۴۳۲	۰/۴۱۶



نتایج به دست آمده حاکی از درنهایت، برای ارزیابی برازش کلی مدل از معیار GOF مطابق با نظر تننهاوس همکاران (Tenenhaus *et al.*, 2004) استفاده می شود.

$$GOF = \sqrt{\text{Communality} \times R^2}$$

محاسبه تناسب مدل کلی تحقیق این گونه است:

$$GOF = \sqrt{0.684 \times 0.766} = 0.633$$

حاصل آزمون برای شاخص برازش مدل برابر با ۰/۶۳۳ است. از آنجاکه حداقل مقدار قابل قبول برای این شاخص ۰/۳۶ است (Wetzels *et al.*, 2009). می توان ادعا کرد مدل پژوهش، برازش بالا و قوی دارد جدول ۸ ارزیابی مدل اکوسیستم کارآفرینی در بستر گردشگری وستایی را نشان می دهد در این جدول نتایج تحلیل عاملی تأییدی و اکتشافی نشان داده شده است. بار عاملی شاخص درج شده در تحلیل اکتشافی همگی بالای ۰/۴ است. همچنین نتایج تحلیل عاملی تأییدی نیز نشان می دهد که همه شاخص ها بالاتر از  $t \geq 1.96$  و بار عاملی بزرگ تر از ۰/۴ دارد و تعدادی از شاخص ها به علت نداشتن معیارهای درج شده حذف شدند. تحلیل عاملی اکتشافی با spss و تحلیل عاملی تأییدی با نرم افزار PLS انجام شد.

جدول ۷- ارزیابی اکتشافی و تأییدی ابعاد اصلی مدل اکوسیستم کارآفرینی در بستر گردشگری روستایی

بعد	شاخص	تحلیل عاملی		
		اکتشافی	تأییدی	
		۰/۴	۱/۹۶	
نظام سیاستی حاکمیتی	تصویب مشوق های مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی	۰/۷۷	۱۰/۲۱	
	وجود ساز و کارهای حمایتی بیمه ای از سرمایه گذاری ها و طرح های کارآفرینانه به منظور کاهش ریسک	۰/۷۱	۹/۴۴	
	سادگی نظام بوروکراسی اداری در روند تصویب طرح های گردشگری روستایی	۰/۷۰	۷/۱۱	
	وجود قوانین مناسب برای راه اندازی و توسعه گردشگری روستایی در سطوح بالای تصمیم گیری	۰/۶۷	۸/۲۱	
	وجود ساز و کارهای مناسب دسترسی به بازار مناسب صنایع دستی و تولیدات روستایی	۰/۶۸	۱۱/۱۷	
	آمادگی نظام های فناوری اطلاعات و ارتباطات برای توسعه گردشگری روستایی	۰/۶۹	۱۵/۱۲	
	شفافیت قوانین دولتی در زمینه گردشگری و بوم گردی	۰/۷۷	۸/۴۱	
	وجود مشوق های مادی و معنوی برای ایجاد و توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی	۰/۷۱	۶/۱۳	
	آمادگی نظام های اداری و سیاسی محلی برای حمایت از راه اندازی و توسعه طرح های کارآفرینانه گردشگری	۰/۶۹	۵/۱۸	
	سهولت نظام های اداری و سیاسی مناسب برای ورود گردشگران و علاقه مندان بوم گردی خارجی	۰/۶۷	۱۳/۲۵	
	وجود سیاست هایی برای ارائه امکانات و تخفیف های رسانه ای و تبلیغاتی به واحدهای گردشگری روستایی	۰/۷۲	۷/۲۸	
	فرهنگی اجتماعی	حمایت رسانه ای از کارآفرینی گردشگری	۰/۶۱	۱۰/۱۴
		حمایت فرهنگی از ریسک پذیری، نوآوری و خلاقیت در جامعه روستایی	۰/۶۸	۱۱/۱۲
		تجلیل از کارآفرینان موفق روستایی	۰/۷۲	۷/۴۵
اصلاحات فرهنگی برای ارزش گذاری به کارآفرینی گردشگری روستایی		۰/۷۳	۸/۱۷	
ایجاد نگرش مثبت به کارآفرینی گردشگری		۰/۶۷	۷/۱۷	
وجود جهت گیری های کارآفرینانه در تصمیم گیری های مدیران و فعالان عرصه گردشگری روستایی و بوم گردی		۰/۶۵	۱۳/۲۸	
ریسک پذیری مدیران و فعالان عرصه گردشگری روستایی و بوم گردی		۰/۷۴	۹/۲۸	
وجود فرهنگ موافق با جذب گردشگر در بین روستاییان کشور		۰/۶۳	۹/۱۸	

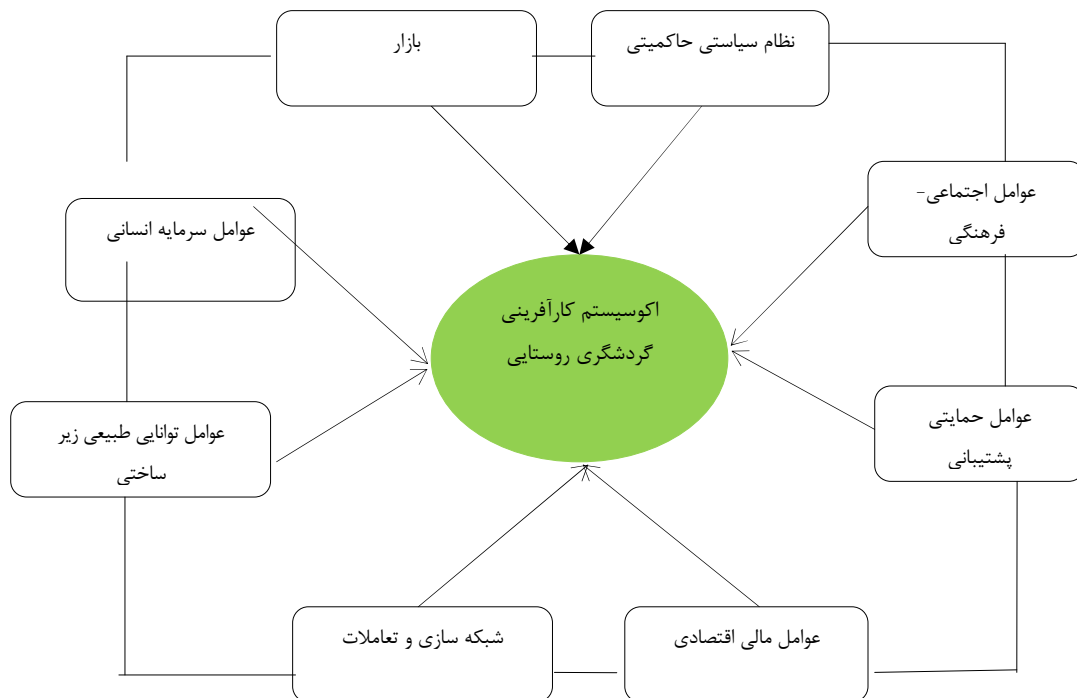


ادامه جدول ۷

بعد	شاخص	تحلیل عاملی		
		اكتشافی	تحلیل عاملی تأییدی	
		T	C	
سرمایه انسانی	وجود برنامه‌هایی برای آگاه‌سازی عمومی و آشنایی مردم با ظرفیت‌های گردشگری روستایی کشور	۰/۶۸	۹/۱۴	
	وجود برنامه‌های پژوهشی و مطالعاتی برای شناسایی ظرفیت‌های متنوع گردشگری روستایی	۰/۶۳	۸/۱۵	
	وجود آموزش‌های مناسب و هدفمند برای آشنایی مدیران و فعالان عرصه گردشگری روستایی	۰/۷۷	۱۰/۱۴	
	جایگاه و وجهه اجتماعی فعالان و کارآفرینان گردشگری روستایی و بوم گردی	۰/۷۵	۱۱/۲۷	
	برخورداري مدیران دولتی صنعت گردشگری و صنایع وابسته از بینش و صلاحیت‌های مدیریتی لازم	۰/۶۹	۹/۲۸	
	جذابیت حوزه گردشگری روستایی و بوم گردی برای ورود شرکت‌های دانش‌بنیان و نوآور	۰/۶۸	۱۱/۱۷	
	حمایت مدیران دولتی صنعت گردشگری و صنایع وابسته از ایده‌های خلاق و نوآور در حیطه گردشگری روستایی	۰/۷۱	۸/۱۹	
	سلامت بازار و وجود نظام اطلاعات بازار شفاف	۰/۷۸	۱۰/۱۳	
	تدوین قوانین مناسب صادرات و واردات محصولات گردشگری روستایی	۰/۷۳	۹/۱۵	
	افزایش دسترسی به بازارهای داخلی و خارجی محصولات گردشگری روستایی	۰/۷۱	۷/۱۵	
بازارها	افزایش امکانات درجه‌بندی و بسته‌بندی محصولات گردشگری روستایی	۰/۶۵	۸/۴۷	
	دسترسی و سهولت کانال‌های توزیع و فروشندگان محصولات گردشگری روستایی	۰/۶۸	۱۱/۳۷	
	دسترسی به شبکه کارآفرینان در داخل و خارج کشور	۰/۷۴	۱۱/۵۸	
	آشنایی مجموعه‌های سازمانی و اداری مربوطه با قوانین و بخشنامه‌های دولتی در بخش گردشگری روستایی	۰/۶۸	۱۱/۷۴	
	آشنایی فعالان و مسئولان واحدهای گردشگری روستایی با اصول و شیوه‌های کارآفرینی گردشگری	۰/۶۳	۸/۴۵	
	برخورداري مناطق روستایی از امکانات و ظرفیت‌های ارائه خدمات گردشگری	۰/۶۱	۱۴/۳۵	
	سهولت استفاده کارآفرینان از منابع و تسهیلات بانکی برای راه‌اندازی و توسعه طرح‌های گردشگری	۰/۷۵	۱۱/۴۱	
	مناسب بودن نرخ تسهیلات بانکی برای کارآفرینان بخش گردشگری روستایی	۰/۷۸	۱۲/۴۵	
	وجود قوانین مالی و پولی مناسب برای حمایت از سرمایه‌های مخاطره‌آمیز کارآفرینان گردشگری	۰/۶۴	۹/۳۹	
	احساس نیاز و حساسیت مدیران متولی گردشگری روستایی برای توسعه فضاهای کالبدی بوم گردی	۰/۶۸	۸/۳۵	
مالی اقتصادی	جذاب بودن فرصت‌های بخش گردشگری روستایی برای سرمایه‌گذاران و کارآفرینان	۰/۶۳	۱۰/۲۷	
	سهولت قوانین و مقررات برای دریافت تسهیلات مرتبط با طرح‌های راه‌اندازی و توسعه گردشگری	۰/۶۱	۸/۲۹	
	وجود گفتمان مناسب در سازمان‌های متولی گردشگری جهت توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در این بخش	۰/۷۵	۱۰/۳۳	
	ثبات و پایداری قوانین و مقررات موجود برای کارآفرینی در حوزه گردشگری روستایی	۰/۷۸	۹/۶۳	
	برخورداري طرح‌های گردشگری از معافیت‌های مالیاتی و سایر مشوق‌های مالی	۰/۶۴	۱۱/۴۵	
	مناسب بودن شبکه‌های ارتباطی الکترونیکی برای ارتباط بین نهادها و کنشگران ذی‌ربط (دولتی، خصوصی)	۰/۶۵	۹/۷۰	
	مناسب بودن امکانات و تجهیزات مادی و بسترهای فیزیکی برای توسعه کارآفرینی گردشگری	۰/۶۸	۸/۶۲	
	وجود یک نظام برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری کلان برای توسعه کارآفرینی روستایی و بوم گردی	۰/۷۴	۱۰/۶۱	
	حمایت‌ها و پشتیبانی			

ادامه جدول ۷

تحلیل عاملی تأییدی	تحلیل عاملی		شاخص	بعد
	C	T		
۰/۰۴	۱/۹۶	۰/۰۴		
۰/۰۷۵	۱۱/۵۱	۰/۰۷۸	تمایل روستاییان به سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری و بوم گردی	حمایت‌ها و پشتیبانی
۰/۰۶۷	۱۲/۴۴	۰/۰۷۳	وجود برنامه‌های آموزشی به‌منظور توانمندسازی مردم محلی در حیطه گردشگری	
۰/۰۷۵	۹/۶۲	۰/۰۷۱	تمایل مردم و نظام‌های محلی روستایی برای مشارکت در برنامه‌های توسعه گردشگری	
۰/۰۷۲	۱۳/۴۵	۰/۰۶۵	حمایت نهادی اجتماعی روستا نظیر شورا از طرح‌های توسعه گردشگری	
۰/۰۷۴	۹/۲۵	۰/۰۷۶	میزان آشنایی مردم سایر کشورها با ظرفیت‌های بوم گردی و گردشگری روستایی ایران	شبکه‌سازی و تعاملات
۰/۰۶۳	۱۱/۷۱	۰/۰۶۴	آگاهی فعالان گردشگری روستایی با اصول و شیوه‌های بازاریابی و مدیریت کسب و کار گردشگری	
۰/۰۶۵	۱۲/۴۵	۰/۰۶۸	مناسب بودن نظام دیپلماسی گردشگری روستایی و بوم گردی در کشور	
۰/۰۷۷	۹/۲۸	۰/۰۶۳	وجود برندهای مناسب در حوزه گردشگری روستایی	
۰/۰۶۵	۱۰/۷۴	۰/۰۶۱	ارتباط مناسب بخش گردشگری روستایی با نظام دانش و نوآوری (برای جذب نوآوری و دانش جدید)	توانایی طبیعی زیرساختی
۰/۰۷۴	۹/۸۵	۰/۰۷۷	ارزش‌گذاری به ایده‌های نوآورانه کارآفرینی گردشگری روستایی از سوی مسئولان	
۰/۰۷۳	۸/۷۶	۰/۰۷۵	جاذبه‌های طبیعی (آب‌وهوای مطلوب و غیره)	
۰/۰۶۹	۱۰/۳۵	۰/۰۶۹	مراکز خرید و فروشگاه و نمایشگاهی صنایع دستی	
۰/۰۷۰	۱۱/۱۸	۰/۰۷۱	دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری	
۰/۰۷۷	۸/۱۵	۰/۰۷۸	شاخص‌های انسان‌ساخت	
۰/۰۷۱	۹/۳۵	۰/۰۷۲	شاخص‌های بهداشتی درمانی	
۰/۰۷۵	۱۰/۷۴	۰/۰۷۶	شاخص‌های خدمات ارتباطی	
۰/۰۷۲	۱۱/۲۳	۰/۰۷۴	جاذبه‌های فرهنگی	



نگاره ۲- الگوی اکوسیستم کارآفرینی در گردشگری روستایی

## نتیجه‌گیری و پیشنهادها

توسعه کارآفرینی باید همه‌جانبه، کل‌نگر و پایدار بوده، به‌طوری که عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و مقرراتی را به‌طور هم‌زمان مورد توجه قرار دهد؛ بنابراین سیاست‌هایی که برای توسعه کارآفرینی تدوین می‌شود باید همه ابعاد آن را زیرپوشش قرار دهد؛ به عبارت دیگر توسعه کارآفرینی تنها از طریق رهیافت اکوسیستم می‌تواند به وقوع بپیوندد. مبنای به‌کارگیری از این رهیافت تفکر سیستمی است. شناسایی مجموعه شاخص‌های و آثار آن‌ها به‌عنوان اکوسیستم کارآفرینی برای توسعه پایدار فعالیت‌های کارآفرینانه گردشگری از اهمیت بسزایی برخوردار است به همین دلیل این پژوهش به دنبال شناسایی، بومی‌سازی و اعتبار‌یابی اکوسیستم کارآفرینی در بستر گردشگری روستایی ایران است بر اساس مدل آیزنبرگ ۲۰۱۲ بوده است. در این پژوهش داده‌ها با رویکرد توصیفی-پیمایشی با استفاده از مصاحبه مبتنی بر پرسشنامه که بر اساس مبانی نظری ساخته شده بود در بین کارآفرینان گردشگری روستایی و سیاست‌گذاران کارآفرینی گردشگری روستایی جمع‌آوری شد.

یافته‌های پژوهش نشان داد از بین هشت بعد اکوسیستم‌های کارآفرینی در گردشگری روستایی ابعاد حمایت‌ها و پشتیبانی، بعد فرهنگی اجتماعی، نظام‌های سیاستی حاکمیتی، بازار، تأمین مالی اقتصادی و سرمایه انسانی، شبکه‌سازی و تعاملات و توان طبیعی زیرساختی به ترتیب بیشترین اهمیت را به خود اختصاص داده‌اند. این یافته نمایانگر آن است که بحث ابعاد حمایت‌ها، فرهنگی اجتماعی، نظام‌های سیاستی و تأمین مالی می‌تواند سرمنشأ بسیاری از اقدامات و فعالیت‌هایی باشد که به توسعه اکوسیستم کارآفرینی گردشگری روستایی کمک می‌کند. در واقع در یک اکوسیستم کارآفرینی نمی‌تواند بعدی را حذف کرد ولی می‌توان با توجه به اهمیت ابعاد در شرایط مختص به خود با توجه به بستر مورد مطالعه چرخه‌ی را جهت بهبود توسعه و پایداری اکوسیستم کارآفرینی گردشگری را تبیین نمود. این مطالعه نشان داد که حمایت‌ها مهم‌ترین عامل اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در روستاهای ایران است که این سازه شامل مناسب بودن شبکه‌های ارتباطی الکترونیکی برای ارتباط بین نهادها و کنشگران ذی‌ربط (دولتی، خصوصی)، مناسب بودن امکانات و تجهیزات مادی و بسترهای فیزیکی برای توسعه کارآفرینی گردشگری؛ وجود یک نظام برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری کلان برای توسعه کارآفرینی روستایی و بوم گردید، تمایل روستاییان به سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری و بوم گردی، وجود برنامه‌های آموزشی به‌منظور توانمندسازی مردم محلی در حیطه گردشگری، تمایل مردم و نظام‌های محلی روستایی برای مشارکت در برنامه‌های توسعه گردشگری و حمایت نهادی اجتماعی روستا نظیر شورا از طرح‌های توسعه گردشگری است که مطالعات (Spigel, 2015; Fuerlinger et al., 2015; Isenberg, 2011; Groth, 2015; Wells, 2001; Lim, 2008; Bartlett & Bukvi, 2008) برخی پیشنهادها در جهت این عامل عبارت‌اند از تدوین طرح جامع توسعه SME گردشگری محور در روستاها و حمایت‌های قانونی نام برد. دومین بعد مؤثر در یک اکوسیستم کارآفرینی گردشگری روستایی، بعد فرهنگی اجتماعی است که در سایر چارچوب‌های ارائه شده کمتر به آن اشاره شده است. رتبه‌بندی نشان داد تجلیل از کارآفرینان موفق روستایی، اصلاحات فرهنگی برای ارزش‌گذاری به کارآفرینی گردشگری روستایی، ایجاد نگرش مثبت به کارآفرینی گردشگری، وجود جهت‌گیری‌های کارآفرینانه در تصمیم‌گیری‌های مدیران و فعالان عرصه گردشگری روستایی و بوم گردی و ریسک‌پذیری مدیران و فعالان عرصه گردشگری روستایی و بوم گردی دارای اهمیت بیشتری هستند. بعد فرهنگی اجتماعی نسبت به سایر ابعاد توجه کمتری شده است، درحالی‌که در بین عوامل تقویت‌کننده یا تضعیف‌کننده کارآفرینی، فرهنگ عامل بسیار مهم و حیاتی قلمداد می‌شود، به‌طوری که ارزش‌ها و هنجارهای جامعه تا حد زیادی بر توسعه کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. در نتیجه، نوع نگرش‌ها، ارزش‌ها و هنجارهای موجود فرهنگ را تعیین می‌کند و به‌تبع آن چگونگی رشد و پیشرفت و نوآوری را فرهنگ موجود رقم می‌زند بنابراین، ایجاد و تقویت ارزش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه تحت عنوان فرهنگ کارآفرینی باید از مؤلفه‌های اصلی در توسعه کارآفرینی باشد و در قالب سیاست‌ها و برنامه‌های تشویقی و ترویجی در تمام سطوح و ساختارهای اجتماعی پیگیری شود. در این زمینه، رسانه‌های جمعی نقش مهمی ایفا می‌کنند. بررسی‌های متعدد در ادبیات تحقیق و بررسی ابعاد اکوسیستم کارآفرینی می‌تواند نتیجه گرفت با توجه به شرایط ایران و اهمیت عنصر اجتماعی و سرمایه اجتماعی در موفقیت کارآفرینان (Batjargal & Liu, 2004; Kwon & Arenius, 2010; Lindstrand et al., 2011; Jawahar & Nigama, 2011; Santarelli & Tran, 2012; Feldman et al., 2005; Spigel, 2015; Isenberg, 2011; Fuerlinger et al., 2015; Arruda et al., 2015). با توجه به معیارهای بعد فرهنگی اجتماعی می‌تواند پیشنهاد کرد که با بالا بردن سطح اطمینان ایجادکنندگان کسب و کارهای گردشگری روستای از حمایت‌های لازم به‌منظور کاهش یا رفع نگرانی‌های اولیه، نهادینه‌سازی و استفاده از وسایل ارتباط جمعی برای ترغیب به شروع فعالیت‌های تولیدی در قالب کسب

و کارهای گردشگری روستای، ایجاد و تقویت حس اعتماد به نفس و جسارت لازم برای شروع کسب و کار و منزلت بخشیدن به فعالان موفق کسب و کارهای گردشگری روستای در روستاها و تشویق آنان از جمله مطالعاتی که این عامل را در توسعه شرکت‌های کارآفرینی، تعاونی و کسب و کارهای هم چون شریف و لونیکا (Sharif & Lonik., 2017)، سیما و همکاران (Sima, et al., 2015)، ژو و همکاران (Xu et al., 2007) و هاسو و همکاران (Hsu et al., 2017) اشاره کرد.

سومین بعد مؤثر در اکوسیستم کارآفرینی گردشگری نظام‌های سیاستی حاکمیتی است. تصویب مشوق‌های مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی، وجود ساز و کارهای حمایتی بیمه‌ای از سرمایه‌گذاری‌ها و طرح‌های کارآفرینانه به‌منظور کاهش ریسک، سادگی نظام بوروکراسی اداری در روند تصویب طرح‌های گردشگری روستایی و شفافیت قوانین دولتی در زمینه گردشگری و بوم‌گردی است. این یافته‌ها در پژوهش‌های دیگر نیز مورد اشاره قرار گرفته است از جمله (Arruda et al., 2015; Groth, 2015; OECD, 2014; Spiegel, 2015; Isenberg, 2011).

عوامل سیاسی و قانونی از مهم‌ترین و کلیدی بخش اقتصادی و سیاسی هستند که دران کارآفرینی اتفاق می‌افتد (Spigel, 2015). چهارمین بعد مؤثر در اکوسیستم کارآفرینی گردشگری بازارها است که شامل سلامت بازار و وجود نظام اطلاعات بازار شفاف، تدوین قوانین مناسب صادرات و واردات محصولات گردشگری روستایی، افزایش دسترسی به بازارهای داخلی و خارجی محصولات گردشگری روستایی و دسترسی به شبکه کارآفرینان در داخل و خارج کشور است که در پژوهش‌های (Fuerlinger et al., 2015; Arruda et al., 2015; Isenberg, 2011; OECD, 2014) آن را تأیید کردند. مشتریان و شبکه‌ها دو عنصر لاینفک بازارها هستند. Spigel, 2015 معتقد است که بازارهای محلی در دسترس و بین‌المللی، سرمایه انسانی موجود و تأمین مالی، نظام پشتیبانی و مشاوره، چارچوب قانونی قوی و دانشگاه‌های بزرگ از مهم‌ترین ستون‌های یک اکوسیستم کارآفرینی هستند. پنجمین بعد مؤثر تأمین مالی اقتصادی در اکوسیستم کارآفرینی در گردشگری روستایی، است که شامل سهولت استفاده کارآفرینان از منابع و تسهیلات بانکی برای راه‌اندازی و توسعه طرح‌های گردشگری، مناسب بودن نرخ تسهیلات بانکی برای کارآفرینان بخش گردشگری روستایی، وجود گفتمان مناسب در سازمان‌های متولی گردشگری جهت توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در این بخش و ثبات و پایداری قوانین و مقررات موجود برای کارآفرینی در حوزه گردشگری روستایی است. این متغیره جایگاه ویژه‌ای در بین مطالعات اکوسیستم کارآفرینی دارد به‌طوری که (Arruda et al., 2015; Fuerlinger et al., 2015; Spigel, 2015; OECD, 2015; Isenberg, 2011) به اهمیت آن اشاره می‌کنند.

استام (Stam, 2015) معتقد است تأمین مالی و دسترسی به منابع مالی برای سرمایه‌گذاری در طرح‌های کارآفرینانه نامطمئن با افق بلندمدت بسیار حیاتی است؛ و نهایتاً نهادها، شبکه‌ها و تعاملات و سرمایه انسانی نیز در اهمیت‌های بعدی قرار دارند. شبکه‌ها و تعاملات شامل میزان آشنایی مردم سایر کشورها با ظرفیت‌های بوم گردی و گردشگری روستایی ایران و ارزش‌گذاری به ایده‌های نوآورانه کارآفرینی گردشگری روستایی از سوی مسئولان است که در پژوهش‌های سابرهمایا (Subrahmahya, 2010)، مجومدار و همکاران (Majumdar et al., 2007)، ژو و ماس (Xu & Maas, 2019)، اشیپگل و هریسون (Spigel & Harrison, 2018) به آن اشاره شده است. سرمایه انسانی به‌عنوان آخرین بعد در یک اکوسیستم کارآفرینی گردشگری دسته‌بندی می‌شود که مطالعات پیشین نیز این عوامل را مد نظر قرار داده‌اند. (Arruda et al., 2015; Fuerlinger et al., 2015; Isenberg, 2011; Spigel, 2015). سرمایه انسانی هم شامل افرادی حرفه‌ای که مهارتشان به‌واسطه آموزش کارآفرینی انباشته‌شده می‌شود وهم نیروی کار انبوه برای ایجاد شرکت‌های جدید با هدف پیشرفت اقتصادی. توانایی طبیعی زیرساختی یکی دیگر از ابعاد اکوسیستم کارآفرینی است که برای اولین بار در این پژوهش به آن اشاره شده است که شامل جاذبه‌های طبیعی (آب و هوای مطلوب و غیره)، مراکز خرید و فروشگاه و نمایشگاهی صنایع دستی، دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری، شاخص‌های انسان‌ساخت، شاخص‌های بهداشتی درمانی، شاخص‌های خدمات ارتباطی و جاذبه‌های فرهنگی می‌باشد که از نظر نخبگان از اهمیت بسزایی در یک اکوسیستم کارآفرینی گردشگری برخوردار است. جاذبه‌های منحصر به فرد گردشگری نقش تعیین‌کننده‌ای در موقعیت بالقوه گردشگری در هر منطقه بازی می‌کنند. جاذبه‌های طبیعی، جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی و زیرساخت‌های مناسب حمل و نقل از عواملی‌اند که گردشگران به منزله مقصد توریستی انتخاب می‌کنند؛ و برنامه‌ریزی برای شناسایی ویژگی‌های مقصد گردشگری باعث تنوع منطقه و رشد گردشگری و عامل محرک‌های حیاتی اقتصادی در هر منطقه می‌شود. کشور ما نیز با برخورداری از منابع سرشار محیطی و بهره‌گیری از پشتوانه تاریخی تمدنی و فرهنگی

چند هزار ساله از قابلیت ویژه‌ای برای توسعه صنعت گردشگری برخوردار است، اما به لحاظ شکوفایی این کارکرد نتوانسته جایگاه درخور توجهی کسب کند. مقایسه کشورهای که مهم‌ترین منابع اقتصادی خود را از گردشگری کسب می‌کنند با ایران که بیشتر به درآمدهای ارزی حاصل از نفت متکی است، اهمیت اقتصادی توسعه گردشگری را در ایران نشان می‌دهد. با توجه به بند ششم از سند چشم‌انداز توسعه کشور (ایران ۱۴۰۴) که هدف آن کسب جایگاه برتر اقتصادی در سطح منطقه با تکیه بر رشد مستمر اقتصادی، ارتقای نسبی درآمد سرانه و رسیدن به اشتغال کامل است، می‌توان از ضریب اشتغال‌زایی و درآمد حاصل از صنعت گردشگری برای رسیدن به این موقعیت بهره گرفت.

با توجه به نتایج این پژوهش پیشنهاد اصلی آن است که اکوسیستم‌های کارآفرینانه معمولاً نتیجه‌ای از تشخیص و نواحی و افرادی هستند که بر تغییر کارآفرینانه اثر بگذارند و سیستم‌های درست را قرار دهند و ساختارها را در جایی پشتیبانی کنند که زمینه موفقیت برای آن‌ها را ایجاد کند. متأسفانه بسیاری از دولت‌ها آرمان دسترسی ناپذیری از توسعه کارآفرینی را دنبال می‌کنند. در حالی که تأکید رهیافت اکوسیستم بر دارایی‌ها، مشکلات و فرصت‌های موجود می‌باشد. هر کشوری باید به دقت بر جغرافیای خاص خودش تمرکز کند. آنچه که در یک منطقه کار می‌کند ممکن است در مناطق دیگر کار نکند. بسیاری از جوامع علل شکست خود را در زمینه کارآفرینی باید در درون خودشان جستجو کنند؛ بنابراین هر کشوری بر پایه شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی و موقعیت جغرافیایی خود، می‌تواند اکوسیستم کارآفرینی متفاوتی داشته باشد. توسعه کارآفرینی نیازمند فراهم‌سازی زمینه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و از طرفی همکاری نظام‌های آموزشی با ساختارهای اداری و مالی و سایر ساز و کارهای حمایتی می‌باشد.

#### سیاسگزاری:

این پژوهش مستخرج از طرحی با عنوان "طراحی و تبیین ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری روستایی" می‌باشد که با حمایت مالی مؤسسه کار و تأمین اجتماعی صورت گرفته است.

#### منابع

- ایمانی، ع.، یعقوبی، ن.، و مبارکی، م. (۱۳۹۶). شناسایی و اولویت بندی خط مشی های توسعه کارآفرینی بخش تعاون. *مجله توسعه کارآفرینی*، دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۳۲-۲۱.
- امیری، ص.، احسانی‌فر، ت.، نادری، ن.، و رستمی، ف. (۱۳۹۵). ارائه یک مدل مفهومی به منظور بررسی تأثیر گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستایی. *نشریه کارآفرینی در کشاورزی*، دوره ۳، شماره ۱، صص ۱۶-۱.
- ایزدی، ن.، یعقوبی‌فرانی، ا.، و عطائی، پ. (۱۳۹۸). تعیین کننده‌های رفتار کارآفرینانه افراد عضو شبکه‌های مجازی کشاورزی. *مجله راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، دوره ۶، شماره ۱۲، صص ۵۸-۴۸.
- بدری، ع.، رضوانی، م.، و حیدری، ز. (۱۳۹۲). مشارکت اجتماع محلی در برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی: نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان تنکابن). *مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، دوره ۲، شماره ۴، صص ۶۶-۴۳.
- تقدیسی، ا.، جمشیدی، ع.، و نجفی، م. (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های تولید روستایی. شهرستان اصفهان. *فصلنامه پژوهشهای ترویج و آموزش کشاورزی ایران*، دوره ۹، شماره ۲، صص ۶۱-۵۰.
- جمالی، غ.، محمدی، م.، و انصاری، ب. (۱۳۹۵). شناسایی و سنجش روابط بین عوامل مؤثر بر کارآفرینی شرکتی با استفاده از تکنیک دیمتل در شرکتهای تعاونی استان بوشهر. *مجله تعاون و کشاورزی*، دوره ۵، شماره ۱۸، صص ۵۸-۲۹.
- جمشیدی، ع.، عالی، ص.، و بافنده‌زنده، ع. (۱۳۹۸). راهکارهای توسعه اشتغال دانش بنیان در کشور بر اساس روش داده بنیاد. *فصلنامه نظریه‌های کاربردی اقتصاد*، دوره ۶، شماره ۴، صص ۱۰۸-۸۵.
- حسینی‌نیا، غ. ح.، و فلاحی، ه. (۱۳۹۶). عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی (نمونه مطالعه: مناطق روستایی شهرستان منوجان). *پژوهشهای روستایی*، دوره ۸، شماره ۱، صص ۳۷-۲۲.

- خسروی، ا. (۱۳۹۴). تحلیل موانع توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌ها (مورد مطالعه: تعاونی‌های مرغداران استان کرمانشاه). پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه لرستان.
- خسروی، ا.، غلامرضایی، س.، رحیمیان، م.، و اکبری، م. (۱۳۹۵). تحلیل موانع توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی با استفاده از رویکرد تئوری بنیانی. *مجله تعاون و کشاورزی*، دوره ۵، شماره ۱۹، صص ۱۶۷-۱۵۸.
- خسروی، ا.، غلامرضایی، س.، رحیمیان، م.، و اکبری، م. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر مؤلفه‌های بازدارنده توسعه کارآفرینی سازمانی بر گرایش کارآفرینانه سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی مورد مطالعه: تعاونی‌های مرغداران استان کرمانشاه. *مجله تعاون و کشاورزی*، دوره ۶، شماره ۲۲، صص ۱۶۱-۱۵۰.
- خسروی، س.، مهدی‌زاد، ح.، و میرک‌زاده، ع. ا. (۱۳۹۸). راه اندازی کارآفرینی سبز به عنوان راهکاری در جهت توانمندسازی فقرای روستایی (مورد مطالعه: اساتید دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی). *فصلنامه علوم و تکنولوژی محیط زیست*، دوره ۲۱، شماره ۱، صص ۹۹-۱۱۱.
- خوشمرام، م. (۱۳۹۵). طراحی الگوی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بین کارآفرینان بخش کشاورزی استان کرمانشاه. رساله دکتری دانشگاه رازی.
- راسخی، ب.، قمبرعلی، ر.، و علی بیگی، ا. (۱۳۹۵). بررسی نقش شایستگی‌ها و عوامل محیطی بر موفقیت کارآفرینان روستایی شهرستان کرمانشاه. *تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران (علوم کشاورزی ایران)*، دوره ۴۷، شماره ۲، صص ۵۳۲-۵۲۱.
- رضایی، ر. (۱۳۹۳). بررسی نقش و جایگاه کارآفرینی در توسعه تعاونی‌های روستایی. *مجله کارآفرینی در کشاورزی*، دوره ۱، شماره ۱، صص ۸۵-۱۰۲.
- رضائی، ر. ا.، منگی، ن.، و صفاء، ل. (۱۳۹۶). اثر میانجی بازاریابی کارآفرینانه در رابطه بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد کسب و کارهای گلخانه‌ای در شهرستان جیرفت. *مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران*، دوره ۱۳، شماره ۱، صص ۲۱۰-۱۹۵.
- فیض‌آبادی، ی.، و زاهدی، ش. (۱۳۹۷). تحلیل نابرابری‌های اقتصادی-اجتماعی توسعه در نواحی روستایی ایران. *فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، سال ۷، شماره ۲، صص ۳۷-۲۳.
- کریمی، س. (۱۳۹۳). کارآفرینی گردشگری کشاورزی، راهبردی نوین برای توسعه پایدار روستایی. *مجله کارآفرینی در کشاورزی*، دوره ۱، جلد ۴، صص ۹۰-۶۹.
- مطلبی، م.، علیزاده، م.، و نظری فارسانی، م. (۱۳۹۸). بررسی رابطه متقابل بین کارآفرینی در بخش صنعت، با استفاده از الگوهای SUR و SVAR اشتغال در ایران. *رشد اقتصادی. مجله نظریه‌های کاربردی اقتصاد*، دوره ۶، شماره ۳، صص ۲۴۰-۲۱۵.
- منصوری، س.، وظیفه، ز.، و یوسفی‌طبس، ح. (۱۳۹۶). اولویت‌بندی پیشران‌های عوامل اثرگذار در راستای توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در استان کرمان. *مجله توسعه کارآفرینی*، دور ۱۰، شمار ۲، صص ۳۳۸-۳۱۹.
- مرادی، ژ.، حیدری، ح.، عزیزی، م.، و یعقوبی‌فرانی، ا. (۱۳۹۰). تحلیل جایگاه کشاورزی ارگانیک به‌عنوان بستر توسعه پایدار کشاورزی از دیدگاه کشاورزان (مطالعه موردی: شهرستان‌های دیوان‌دره و قروه) مجموعه مقالات دومین همایش ملی توسعه پایدار روستایی، همدان، ۱۵ و ۱۶ تیرماه، صص ۲۲-۳۴.
- اصغری‌زاده، ع.، و حاج زوار، ف. (۱۳۹۰). "تحلیل پس‌بهینگی رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مجله بررسی‌های حسابداری و حسابرسی*، دوره ۶۵، صص ۱۸-۱.
- مرادی ح.، و جوان، ف. (۱۳۹۷). عوامل مؤثر بر شکل‌گیری بنگاه‌های اقتصادی کارآفرینانه در روستاهای شهرستان کرمانشاه. *مجله اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، سال ۷، شماره ۲۳، صص ۳۹-۱۹.
- نظریان، م.، و حسینی، م. (۱۳۹۴). عوامل اقتصادی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی استان تهران. *مجله تعاون و کشاورزی*، دوره ۴، شماره ۱۵، صص ۱۳۴-۱۴۹.



یعقوبی فرانی، ا.، حسینی‌نیاغ، معتمد، م.، و زلیخایی، ل. (۱۳۹۳)، کارکردهای بخش تعاون در تسهیل اشتغال زنان دانش‌آموخته کشاورزی شهرستان همدان، فصلنامه تعاون و کشاورزی، سال سوم، شماره ۹، صص ۸۵-۱۱۱.

- Acs, Z. J., Stam, E., Audretsch, D. B., and O'Connor, A. (2017). The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach. *Small Business Economics*, 49(1), 1-10.
- Agarwal, R., and Audretsch, D. (1998). Does start up size matter? *The Journal of Industrial Economics*, 49(1), 21-43.
- Arruda, C., Nogueira, V. S., Cozzi, A., and Costa, V. (2015). *The Brazilian entrepreneurial ecosystem of Startups: An analysis of entrepreneurship determinants in Brazil and the perceptions around the Brazilian regulatory framework*. In book: Entrepreneurship in BRICS. (pp.9-26).
- Austin, J., Stevenson, H., and Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same or different. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30, 1-22.
- Amolo, J., and Migiro, S. O. (2015). An entrepreneurial flair development: The role of an ecosystem. *Problems and Perspectives in Management*, 13(2), 494-505.
- Bagheri, A., and Shabanali Fami, H. (2016). Potato growers' risk perception: A case study in Ardabil province. *Journal of Agricultural Science and Technology (JAST)*. 18, 55-65.
- Batjargal, B., and Liu, M. (2004). Entrepreneurs' access to private equity in China: The role of social capital. *Organization Science*, 15(2), 159-172.
- Boheim, R., Stiglbaure, A., and Winter-Ebmer, R. (2009). On the persistence of job creation in old and new firms. *Economics Letters*, 105, 17-19.
- Benzazoua Bouazza, A., Ardjouman, D., and Abada, O. (2015). Establishing the factors affecting the growth of small and medium-sized enterprises in Algeri. *American International Journal of Social Science*, 4(2), 101-115.
- Butler, J., Garg, R., Stephens, B. (2015). Social networks, funding, and regional advantages in technology entrepreneurship: An empirical analysis. *Information Systems Research*, (31)1, <https://doi.org/10.1287/isre.2019.0881>.
- Cefis, E., and Marsili, O. (2005). A matter of life and death: Innovation and firm survival. *Industrial and Corporate Change*, 14(6), 1167-92.
- Christina, B., Neelufer, A., and AlAmri, S. (2014). Challenges and barriers encountered by the SMEs owners in Muscat. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 12(3), 1-13.
- Crals, E., and Vereeck, L. (2005). The affordability of sustainable entrepreneurship certification for SMEs. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 12, 173-183.
- Carter, C. R., and Rogers, D. S. (2008). A framework of sustainable supply chain management: Moving toward new theory. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 38(5), 360-387.
- Chou, S. Y., Chang, Y. H., and Shen, C. Y. (2008). A fuzzy simple additive weighting system under group decision-making for facility location selection with objective/subjective attributes. *European Journal of Operational Research*, 189, 132-145.
- Christina, B., Neelufer, A., and AlAmri, S. (2014). Challenges and barriers encountered by the MEs owners in Muscat. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 12(3), 1-13.
- Cressy, Robert. (2006). Why do most firms die Young? *Small Business Economics*, 26(2), 13-16.
- Cohen, B. (2006). *Sustainable valley entrepreneurial ecosystems*. Business Strategy. The Babson Global. 1-28p
- Curveball LTD., (2012). *Cyprus Entrepreneurship Ecosystem: A roadmap for economic growth.*, ISBN Number: 978-9963-2863-0-0. Available at: [https://www.academia.edu/23713032/Cyprus\\_Entrepreneurship\\_Ecosystem](https://www.academia.edu/23713032/Cyprus_Entrepreneurship_Ecosystem).
- Crals, E., and Vereeck, L. (2005). The affordability of sustainable entrepreneurship certification for SMEs. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 12, 173-183.
- Dunne, T., Roberts, M., and Samuelson, L. (1989). The growth and failure of US manufacturing plants. *Quarterly Journal of Economics*, 104(4), 671-88.
- Durst, S., and Poutanen, P. (2013). Success factors of innovation ecosystems: A literature review. In R. Smeds & O. Irrmann (eds.) *CO-CREATE 2013: The Boundary-Crossing Conference On Co-Design In Innovation*. 27-38.
- Dutta, V. (2012). Land use dynamics and peri-urban growth characteristics: Reflections on master plan and urban suitability from a sprawling north Indian city. *Environment and Urbanization Asia*, 3(2), 277-301.
- Dahshan, M., Tolba, A., and Badreldin, T. (2010). *Enabling entrepreneurship in Egypt: Toward a sustainable dynamic model Cairo*: Entrepreneurs Business Forum-Egypt. Available at: [https://watermark.silverchair.com/inov\\_a\\_00130.pdf](https://watermark.silverchair.com/inov_a_00130.pdf).



- Dixon, S. E. A., and Clifford, A. (2007). Entrepreneurship: A new approach to managing the triple bottom line. *Journal of Organizational Change Management*, 20(3), 326-345.
- Elkington, J. (1999). *Toward a sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development*. California Management Review.
- Etzkowitz, H. (2006). The entrepreneurial university and the triple helix as a development Paradigm"; Conference on launching a program to transform university -industry-government relations in Ethiopia; May, 29-31, United Nations Conference Center; Addis Ababa Ethiopia.
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks: the triple bottom-line of 21<sup>st</sup> century business*. Oxford: Capstone.
- Feldman, M., Francis, J., and., Bercovitz, J. (2005). Creating a cluster while building a firm: Entrepreneurs and the formation of industrial clusters. *Regional Studies*, 39(1), 129-141.
- Fuerlinger, G., Fandl, U., and., Funke, T. (2015). The role of the state in the entrepreneurship ecosystem: Insights from Germany. *Triple Helix*, 2(1), 1-26.
- Forfas, F. (2009). Entrepreneurial Ecosystem: South West Ireland, rethinking entrepreneurship. Baseline Data and Analysis, South West Ireland. Dublin. 26p. Available at: <www.forfas.ie>.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder perspective*. Boston, MA: Piman, United States.
- Gibbs, D. (2009). Sustainability entrepreneurs, ecopreneurs and the development of a sustainable economy. *Greener Management International*, 2(55), 63-78.
- Godet, A. J., Meunier, M. F., and Roubelat, F. (2003). Structural analysis with the MICMAC method & actors' strategy with MACTOR method. *Futures Research Methodology*, 3(17), 24-32.
- Groth, J., Esposito, M., and Terence Tse, M. (2015). What europe needs is an innovation 1396 driven entrepreneurship ecosystem: Introducing EDIE thunderbird. *International Business Review*, 24(2), 63-79.
- Gorman, G., and., McCarthy, S. (2006). Business Development support and knowledge-based businesses. *Journal of Technology Transfer*, 31(1), 131-143.
- Gupta, S., and Kumar, V. (2013). Sustainability as corporate culture of a brand for superior performance. *Journal of World Business*, 48(3), 311-320.
- Hall, J. K., Daneke, G. A., and Lenox, M. J. (2010). Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions. *Journal of Business Venturing*, 25, 439-488.
- Hsu A. Y., King, B., Wang, D., and Buhalis D. (2017). Entrepreneurship in the contemporary tourism ecosystem: The case of incoming tour operators in taiwan. In: Schegg R., and Stangl, B. (eds). *Information and Communication Technologies in Tourism*. Cham: Springer.
- Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. Presentation at the institute of international and european affairs. May 12, 2011, Dublin Ireland. Available at: <http://entrepreneurial-revolution.com/>. (last accessed: 01/27/2012). 1-32p.
- Isenberg, D. (2011). How to foment an entrepreneurial revolution, The babson entrepreneurship ecosystem project. 10th International Entrepreneurship Forum, Bahrain, January 11, 3-5p.
- Jawahar, D., and Nigama, K. (2011). The influence of social capital on entrepreneurial opportunity recognition behavior. *Journal of Economics and Management*, 5(1), 351-368.
- Kauffman and Foundation Research Series. (2010). *The importance of startups in job creation and job destruction.*, Tim Kane, Ewing Marion Kauffman Foundation, the Importance of Startups in Job Creation and Job Destruction. September 9, 2010. Available at: <https://www.kauffman.org/wp-content/uploads/2019/12/firm\_formation\_importance\_of\_startups.pdf>.
- Kwon, S., and, Arenius, P. (2010). Nations of entrepreneurs: A social capital perspective. *Journal of Business Venturing*, 25, 315-330.
- Lu, J., Zhang, G., Ruan, D., and Wu, F. (2007). *Multi objective group decision making: Method, software and application with fuzzy soft technology*. London: Imperical College Press.
- Lindstrand, A., Melén, S., and Nordman, E. R. (2011). Turning social capital into business: A study of the internationalization of biotech SMEs. *International Business Review*, 20(2), 194-212.
- Lin, H, Lee, H., and Wang, D.W. (2009). Evaluation of factors influencing knowledge sharing based on a fuzzy AHP approach. *Journal of Information Science*, 35, (1), 25-44.
- Mason, C., and Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Final Report to OECD, Paris, 30(1), 77-102.
- Miles, M. P. and Morrison, M. (2018). An effectual leadership perspective for developing rural entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*, 24(2), 74-98.
- Neck, H. M., Meyer, G. D., Cohen, B., and Corbett, A. C. (2004). An entrepreneurial system view of new venture creation. *Journal of Small Business Management*, 42(2), 190-208.
- Ness, B., Urbel-Piirsalu, E., Anderbery, S., and Olsson, L. (2007). Categorizing tools for sustainability assessment. *Ecological Economics*, 60, 498-508.

- Nadgrodkiwicz, A. (2013). Building entrepreneurship ecosystems. Economic Reform Features Services. Available at: <<https://thediplomat.com/2021/02/entrepreneurship-business-and-economic-reform-in-north-korea>>.
- Nyroun, B. (2005). Management for small and medium enterprises. National University of singapore. Available at: <<https://www.nus.edu.sg/>>.
- Neck, H. M., Meyer, G. D., Cohen, B., and Corbett, A. C. (2004). Anentrepreneurial system view of new venture creation. *Journal of Small BusinessManagement*, 42(2), 190-208.
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development). (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth Oriented entrepreneurship.OECD Leed Programme, The Hague, Netherlands. Available at: <<https://www.oecd.org/>>.
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development). (2015). New approaches to SME and entrepreneurship financing: Broadening the range of instruments, OECD Publishing. Available at: <<https://www.oecd.org/>>.
- Overholm, H., (2015). Collectively created opportunities in emerging ecosystems: Thecase of solar service ventures. *Technovation*, 39-40, 14-25.
- Obasan, K. (2014). The impact of business environment on the survival of small scale businesses in Nigeria. *International Journal of Management And Business Research*. 4(3), 165-170.
- Parrish, B. D.( 2010). Sustainability-driven entrepreneurship: Principles of organization design. *Journal of Business Venturing*, 25, 510-523.
- Polbitsyn, S. N. (2019). Russia's rural entrepreneurial ecosystems. *Economy of Region*, 15, 298-308.
- Pistrui, D., Blessing, J., and Mekemson, K. (2008). Building an entrepreneurialengineering ecosystem for future generations: the kern entrepreneurshipeducation network, American Society of Engineering Educators 2008 ASEEAnnual Conference and Exposition June 22–25, 2008 - Pittsburgh, PA.11-25p.
- Rezaei, R., Karimi, A., Mangeli, N., and Safa, L. ( 2017). Effect of entrepreneurial orientation and marketing capabilities on greenhouse businesses performance in Jiroft county. *Journal of Agricultural Science and Technology*, 19(2), 21-34.
- Roberts, R. Y., and Eesley, E. (2006). *Entrepreneurial impact: The role of MIT*. MIT Press.
- Regasa, D. G. (2015). External factors affecting firm growth: Evidence from small scale manufacturing firms in tigray regional state of Ethiopia . *International Journal of Management and Business Research*, 5(4), 279-286.
- Romeo Asa, A. (2014). Analysis on the factors that determine sustainable growth of small firms in Namibia"; Wuhan university of technology. *The Internationaljournal of Management Science and Business Administration*, 5(5), 279-286.
- Richomme-Huet, K., and Freyman, J. D. (2011). What sustainable entrepreneurship looks like: An exploratory study from a student perspective. Conference proceedings in 56th Annual International Council for Small Business (ICSB) World Conference, June 15-18, 2011, Stockholm, Sweden.
- Regele, M. D., and Neck, H. M. (2012). *Entrepreneurship education sub-ecosystemin the United States: Opportunities to increase entrepreneurial activity*. Babson: Babson College, USASBE, 52-69p.
- Roundy, P. T. (2017). Small town. entrepreneurial ecosystems: Implications for developed and emerging economies. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 9(3), 238-262.
- Spence, L. J. (2015). Primer business sustainability for small and medium enterprises (SMEs). Network for Business Sustainability. Available at: <<http://nbs.net/is-the-customerreally-king-a-closer-look-at-key-stakeholders-for-smes/>>.
- Santarelli, E., and Tran, H. (2012). The interplay of human and social capital in shaping entrepreneurial performance. University of Bologna, department of economics, quaderni - working paper DSE N° 803. Available at: <<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/159642/1/wp0803.pdf>>.
- Spigel, B. (2015). The Organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship:Theory and Practice*, 26(2), 13-16.
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: A sympathetic critique. *European Planning Studies*, 58(3), 1759–1769.
- Suresh, J., and Ramraj, R. (2012). Entrepreneurial ecosystem: Case study on the influence of environmental factors on entrepreneurial success. *European Journalof Business and Management*, 4(16), 95-101.
- Salimzadeh, P., Courvisanos, J., and Ravi Nayak, R. (2013). Sustainability in small and medium sized enterprises in regional Australia. A framework of analysis. 26<sup>th</sup> Annual SEAANZ Conference Proceedings Small Enterprise Association ofAustralia and New Zealand. Available at: <<http://inform.regionalaustralia.org.au/industry/small-business/item/sustainability-in-small-and-medium-sized-enterprises-in-regional-australia-a-framework-of-analysis>>.
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: A sympathetic critique. *European Planning Studies*, 27(3), 425-478.

- Stam, E., and Spigel, B. (2016). Entrepreneurial ecosystems. In R. Blackburn, D. De Clercq, J. Heinonen, & Z. Wang (Eds.), *Handbook for Entrepreneurship and Small Business*. London, UK: Sage. Available at: <<https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-319-63531-6>>.
- Spence, M., Gherib, J. B. B., and Biwolé, V. O. (2011). Sustainable entrepreneurship: Is entrepreneurial will enough? A north-south comparison. *Journal of Business Ethics*, 99(3), 335-367.
- Sharif, N. M., and Lonik, K. A. T. (2017). Sustaining the entrepreneur-ship in rural tourism development. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 4(6), 31-42.
- Sima, E., Bordânc, F., and Sima, C. (2015). Entrepreneurship role in promoting rural tourism. *Agricultural Economics and Rural Development*, 12(1), 71-80.
- Spigel, B., and Harrison, R. (2018). Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 151-168.
- Tenenhaus, M., Amato, S., and Esposito Vinzi, V. (2004). A global goodness-of-fit index for PLS structural equation modeling, Proceedings of the XLII SISSScientific Meeting, Vol. Contributed Papers, CLEUP, Padova, pp. 739-742.
- Vogel, P. (2013). The employment outlook for youth: Building entrepreneurial ecosystems as a way forward. Conference Proceedings of the G20 Youth Forum. Available at: <<https://scholar.google.ch/citations>>.
- WEF (World Economic Forum). (2013). *Entrepreneurial ecosystems around the globe and company growth dynamics*. Davos: World economic forum. Available at: <<https://www.weforum.org>>.
- West III, G. P., and Bamford, C. E. (2005). Creating a technologybased entrepreneurial economy: A resource based theory perspective. *Journal of Technology Transfer*, 30(3), 433-451.
- Xu, Z., and Maas, G. (2019). Innovation and entrepreneurial ecosystems as important building blocks. In *Transformational Entrepreneurship Practices*. pp. 15-32.
- Xu, L., Lin, F., and Li, Q. (2007). Notice of retraction: Managing customer services: Entrepreneurship in hospitality industry. International Conference on Wireless Communications, Networking and Mobile Computing (WiCom), Publisher: IEEE, DOI: 10.1109/iThings/CPSCoM.2011.50. Available at: <<https://ieeexplore.ieee.org/document/6142265>>.

**Article Type: Research Article**

## **The Model Design for Tourism Entrepreneurship Entrepreneurial Ecosystem Growth in the Rural Environment of Iran from the Perspective of Experts**

**Gh. Hosseininia<sup>1\*</sup> and V. Aliabadi<sup>2</sup>**

(Received: May 21. 2020; Accepted: Sep 20. 2020)

### **Abstract**

The entrepreneurial ecosystem cannot be imitated and reproduced and the regional and national advantages should be considered in the development of entrepreneurship, and copying of successful ecosystem examples like Silicon Valley cannot be done. Considering the importance of rural entrepreneurship in tourism and the shortcomings of the importance of tourism in rural development and reducing the challenges of villages in less developed areas, we should have systematic view. Present research seeks to analyze the factors affecting tourism entrepreneurship ecosystem using the modified Eisenberg model in rural areas of Iran. This study is an applied, descriptive, and survey-based research. The statistical population consisted of 285 tourism entrepreneurship policy makers, tourism entrepreneurs, and rural tourism business owners. The data collection tool was a closed-ended questionnaire. Its validity and reliability were confirmed by a panel of experts and pilot test. Based on the findings of this study, the dimensions of the conceptual model were appropriate from the perspective of elites. Analysis of the results revealed that there are a set of factors could affect the tourism entrepreneurship ecosystem in rural communities of Iran. These factors are including supportive, socio-cultural, policy-governance, market-oriented, economic-financial, networking and communication, human capital, natural capacities, and infrastructure capacity factors, respectively.

**Keywords:** Entrepreneurship ecosystem, Eisenberg model, Entrepreneurship, Ecosystem, Rural tourism.

---

<sup>1</sup> Associate Professor, Department of Entrepreneurship, University of Tehran. Tehran, Iran.

<sup>2</sup> Ph.D. Student of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Bu-Ali Sina University. Hamadan, Iran.

\* Corresponding Author, Email: hosseininia@ut.ac.ir