

Investigating the effects of individual social entrepreneurship on sustainable tourism development (Case study: Harsin County)

Saeed Bakhshi* 

Ph.D. Student of Entrepreneurship, Faculty of Economics and Accounting, Razi University, Kermanshah, Iran.

Nader Naderi 

Associate Professor, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Accounting, Razi University, Kermanshah, Iran

Abstract

Social entrepreneurship and sustainable tourism are relatively recent concepts that have increasingly attracted scholarly attention in recent years. This study aims to investigate the impact of social entrepreneurship on the development of sustainable tourism. Methodologically, the research is descriptive and survey-based, and from an applied perspective, it is categorized as practical research. The study population comprised 360 experts from the administrative departments of Harsin County and employees of tourism service units with lived experience in the region. Among them, 186 participants were selected using proportionate stratified random sampling, and data were collected through a standardized questionnaire. The questionnaire's validity and reliability were confirmed by experts in the field, and its reliability was further assessed using Cronbach's alpha and confirmatory factor analysis. Out of the distributed questionnaires, 176 were completed and subsequently analyzed using structural equation modeling. The findings indicate a positive and significant effect of social entrepreneurship dimensions on sustainable tourism development. Specifically, social passion plays a pivotal role in promoting tourism development. Enhancing social passion through the cultivation of social capital and trust among stakeholders significantly improves local community participation in sustainable tourism initiatives.

* Corresponding Author: said_bakhshi@yahoo.com

How to Cite: xxxxxxxx

Keywords: Entrepreneurship Orientation, Social Entrepreneurship, Stakeholder Perception, Sustainable Tourism, Harsin

1. Introduction

The tourism industry has been recognized as one of the three most profitable industries in the world and plays a significant role in achieving sustainable development. The expansion and advancement of this industry require policymaking that takes into account environmental, cultural, economic, political, and social factors. According to reports from international organizations, more than 30% of global tourist destinations face serious environmental and social challenges resulting from unsustainable development. However, achieving the full potential of this industry demands precise planning and integrated stakeholder management. Considering the importance of sustainable economics for social and environmental progress, focusing on sustainable development in tourist regions holds even greater priority. Therefore, tourism strategies are employed to ensure the optimal utilization of tourism potentials and to mitigate the degradation of environmental and social values. In this regard, social entrepreneurship based on social innovation acts as a catalyst for sustainable development and can contribute to improving the quality of life within communities while reducing negative environmental impacts. Neglecting this aspect of entrepreneurship in tourism development may expose tourist destinations with rich cultural heritage to serious risks, including irreversible damage to natural heritage and the intensification of unsustainable trends. Thus, defining the role of individual social entrepreneurship is not merely a choice but an inevitable necessity for achieving sustainable development. This research, adopting a human-centered approach, focuses on stakeholders' perceptions and the potential of social entrepreneurship to create positive change and foster sustainable tourism destinations. The main objective is to examine the impact of individual social entrepreneurial tendencies on stakeholders' understanding of sustainable tourism.

Research Question:

To what extent can individual social entrepreneurship contribute to environmental protection and sustainable development?.

2. Literature Review

Social entrepreneurship is an emerging field of study (Kannampuzha and Hockerts, 2019) and a relatively new phenomenon aimed at addressing complex social needs. The creation of social value defines the mission of social entrepreneurship, through which complex social problems are addressed and the needs of stakeholders are fulfilled (Lorenzo-Afable et al., 2025). Unlike traditional entrepreneurship, which focuses on profit maximization, social entrepreneurship seeks to tackle social problems and environmental degradation (Turyakira et al., 2025).

Individual social entrepreneurial orientation is conceptualized as a multidimensional construct that integrates behavioral dimensions (social innovation, cause-driven proactiveness, and social risk-taking) and a psychological dimension (social passion) (Hockerts, 2017). Stakeholders' perception of tourism impacts is one of the most important components influencing their support for tourism development, and the common denominator among all stakeholders is their value creation (Yousef-Jamali et al., 2022). Sustainable tourism is conceptually defined as "the development of tourism activities with an appropriate balance between environmental, economic, and socio-cultural dimensions to ensure its long-term sustainability" (Dehyadgari et al., 2025).

3. Methodology

The present study is descriptive-survey in terms of data collection method and applied in terms of purpose. The statistical population of the study consisted of 360 individuals, including experts from the departments of Hersin County and employees of tourism service units who had lived experience in Hersin County. A standardized questionnaire was distributed among the population using proportional and simple stratified random sampling. Out of the distributed

questionnaires, 176 were completed. The validity and reliability of the questionnaire were confirmed by experts in the field, and its reliability was measured using Cronbach's alpha and confirmatory factor analysis. Finally, the research model was analyzed using structural equation modeling.

4. Results

The results of the surveys showed that the validity of the questionnaire was confirmed through the content validity method, as well as the reliability and internal correlation of the data using the Cronbach's alpha method (0.841) and the construct validity was confirmed using confirmatory factor analysis. The structural equation model method was used to confirm the relationships between the constructs. Given that the values of the chi-square index are 2.270 less than 3. Also, the values of the goodness of fit indices CFI, IFI, TLI, NFI are 0.926, 0.937, 0.917, 0.947 respectively, and the root mean square error of estimation RMSEA is 0.046 and is close to zero. Therefore, it can be said that the research model has a good fit. In this model, all relationships between variables were statistically significant ($P < 0.05$, $CR > 1.64$) and all four hypotheses had standard path coefficients of 0.59, 0.58, 0.29 and 0.48 percent, respectively, and a significance level of less than 0.5 percent was confirmed. The structural model of the presented research has an acceptable fit based on the status of each of the variables in the model being less or more than the desired status.

5. Discussion and Conclusion

This study advances sustainable tourism research by developing a model linking key social entrepreneurship dimensions to sustainable tourism development. The results reveal that social passion has the strongest impact ($\beta = 0.59$), highlighting its role as a deeply held, value-driven attitude that motivates enduring collective action. In contrast, proactiveness, which reflects individual behavioral control, shows lower effectiveness without a strong attitudinal foundation. Aligned with social entrepreneurship theory, social passion embodies commitment to creating social value and serves as the main driver for addressing collective challenges, while also fostering local community engagement through a sense of belonging and shared responsibility.

The effects of social entrepreneurship dimensions are ranked as follows: social passion > innovation > risk-taking > proactiveness. Innovation generates adaptive solutions, risk-taking enables experimentation, and proactiveness supports execution, though its impact is weaker without the other dimensions. The findings suggest that promoting social passion and social capital among local communities and entrepreneurs should be central to strategies for sustainable tourism. Subsequent emphasis on innovation and risk-taking can enhance the sector's resilience and mitigate the negative impacts of tourism activities.

آماده انتشار

بررسی اثرات کارآفرینی اجتماعی فردی بر توسعه گردشگری پایدار (مورد مطالعه: شهرستان هرسین)

دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و حسابداری، دانشگاه رازی،
کرمانشاه، ایران

سعید بخشی *  ID

دانشیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و حسابداری، دانشگاه رازی،
کرمانشاه، ایران

نادر نادری  ID

چکیده

کارآفرینی اجتماعی و گردشگری پایدار از جمله مفاهیم نسبتاً جدیدی هستند که در سال‌های اخیر به طور فزاینده‌ای در متون علمی مورد توجه قرار گرفته‌اند. این پژوهش به دنبال بررسی تأثیرات کارآفرینی اجتماعی بر توسعه گردشگری پایدار است. پژوهش حاضر به لحاظ روش گردآوری داده‌ها در زمره پژوهش‌های توصیفی و پیمایشی و از منظر هدف کاربردی است. جامعه آماری پژوهش را ۳۶۰ نفر از کارشناسان اداره‌های شهرستان هرسین و کارکنان واحدهای ارائه دهنده خدمت به گردشگران که دارای تجربه زیسته در شهرستان هرسین هستند، تشکیل داده است. از میان آنها، ۱۸۶ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب انتخاب و داده‌ها با استفاده از پرسشنامه استاندارد جمع‌آوری شد. روایی و پایایی پرسشنامه توسط اساتید این حوزه تأیید و با استفاده از آلفای کرونباخ و تحلیل عاملی تأییدی اعتبار پرسشنامه سنجش شده است. از پرسشنامه‌های توزیع شده تعداد ۱۷۶ پرسشنامه تکمیل و با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت است. یافته‌ها حاکی از تأثیر مثبت و معنادار ابعاد کارآفرینی اجتماعی بر گردشگری پایدار است. در این رابطه، اشتیاق اجتماعی سهم تعیین‌کننده‌ای در توسعه گردشگری ایفا می‌کند. تقویت اشتیاق اجتماعی از طریق ایجاد سرمایه اجتماعی و اعتماد در بین ذی‌نفعان، مشارکت جامعه محلی را در توسعه گردشگری پایدار بهبود می‌بخشد.

کلیدواژه‌ها: گرایش کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی، ادراک ذی‌نفعان، گردشگری پایدار،

هرسین

مقدمه

صنعت گردشگری به عنوان یکی از پویاترین بخش‌های اقتصاد جهانی، سالانه بالغ بر ۱/۵ تریلیون دلار درآمد و میزبان حدود ۱/۵ میلیارد گردشگر بین‌المللی است (Hernandez et al., 2025). این صنعت که به عنوان یکی از سه صنعت سودآور جهان شناخته شده می‌شود، نقش محوری در توسعه پایدار ایفا می‌کند و برای گسترش و توسعه نیازمند سیاست‌گذاری درست پیرامون عوامل محیطی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی است (Prayitno et al., 2024; Dube, 2020). با این حال، رشد سریع گردشگری در غیاب مدیریت پایدار، پیامدهای ناگواری از جمله تخریب محیط زیست، تغییر هویت‌های محلی و افزایش هزینه‌های زندگی را به همراه داشته است (Salahi Kojour & Kialashaki, 2023). گزارش سازمان جهانی گردشگری، بیش از ۳۰٪ از مقاصد گردشگری جهان با چالش‌های جدی زیست محیطی و اجتماعی ناشی از توسعه ناپایدار مواجه هستند. با این حال، دستیابی به مزایای کامل این صنعت مستلزم برنامه‌ریزی دقیق و مدیریت یکپارچه ذی‌نفعان است. درک ذی‌نفعان از آثار گردشگری، از عوامل کلیدی در جلب حمایت آنان از برنامه‌های توسعه است (فضلی و همکاران، ۱۴۰۰). همچنین مشارکت جامعه محلی از ارکان اساسی توسعه پایدار به شمار می‌رود (Nugraha et al., 2022). با توجه به اهمیت درک گردشگری پایدار برای پیشرفت اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی، پرداختن به توسعه آن در مناطق توریستی از اولویت بالایی برخوردار است (Vrana, 2023). از سویی دیگر، همسویی فرهنگ سازمانی با استراتژی‌های توسعه، عاملی کلیدی در موفقیت برنامه‌های گردشگری پایدار محسوب می‌شود (لاریجانی و همکاران، ۱۴۰۲). اگرچه سازمان‌های متولی مانند سازمان گردشگری و حفاظت از محیط زیست نقش مهمی در زمینه ایفا می‌کنند، اما تحقق گردشگری پایدار بدون مشارکت فعال جامعه مسیر نخواهد بود (غلامرضائی و حق پرست کنارسی، ۱۴۰۳). توسعه گردشگری در صورت مدیریت نادرست می‌تواند پیامدهای منفی همچون تخریب محیط زیست، تغییرات فرهنگی نامطلوب به همراه داشته باشد (Astawa et al., 2023). از آنجا که پیامدهای توسعه گردشگری پایدار، یکی از مباحث علمی و دغدغه متخصصان این حوزه است، کارشناسان فعال در این زمینه سعی دارند با همگرایی و فعالیت شبکه‌ای و خوشه‌ای اثرات مثبت آن را افزایش دهند و راهکارهایی برای کاهش اثرات منفی آن بیابند (ترافی‌فارسانی و همکاران، ۱۴۰۲). از این رو، استفاده از راهبردهای گردشگری پایدار برای بهره‌برداری بهینه از پتانسیل‌های گردشگری و کاهش اثرات منفی ضروری است.

در این راستا، کارآفرینی اجتماعی با تکیه بر نوآوری‌های اجتماعی، می‌تواند به عنوان عامل تسهیل‌گر در دستیابی به اهداف پایداری تلاش‌های اقتصادی عمل کند (Benalla & El Halaissi, 2025). در فرایند توسعه گردشگری تنها این افراد نیستند که گردشگری را شکل می‌دهند بلکه ذی‌نفعان دیگری چون منابع (محیط)، کارآفرینان و گردشگران مطرح است که از عوامل و عناصر مؤثر به شمار می‌آیند (یوسف جمالی و همکاران، ۱۴۰۱). اهمیت کارآفرینی اجتماعی در بخش گردشگری در پتانسیل ایجاد ارزش اجتماعی ضمن ایجاد سود، اجرای فعالیت‌های نوآوری اجتماعی که مشارکت فعال جامعه را تشویق می‌کند و نتایج تقویت توسعه پایدار، می‌باشد (Aquino et al., 2018). پدیده کارآفرینی اجتماعی در توسعه گردشگری به عنوان یک مفهوم متعاقب کارآفرینی، به عنوان موضوعی حیاتی در زمینه بهبود و رفاه جوامع مطرح شده است (دوزنده ضیابری و همکاران، ۱۴۰۳). کارآفرینی اجتماعی، بیش از آنکه هدفش کسب سود و منافع شخصی باشد، یک هدف اجتماعی را دنبال می‌کند. شناسایی مشکلات اجتماعی و ارائه راه‌حل‌های مناسب برای رفع آن‌ها، به طور مستقیم به نظام فکری و ارزشی خود کارآفرین اجتماعی وابسته است (Adro & Fernandes, 2022). باعنایت به اینکه مبنای اصلی توسعه پایدار، امروزه مبتنی بر نوآوری، خلاقیت و بکارگیری دانش استوار است. توسعه کارآفرینی اجتماعی علاوه بر فراهم نمودن زمینه رشد و توسعه پایدار، این توانمندی را دارد که مسائل و مشکلات بزرگ کنونی جامعه شامل فقر، معضلات اجتماعی و فرهنگی را مرتفع نماید (حبیبی و همکاران، ۱۴۰۰). شکاف اساسی در توسعه گردشگری پایدار، ناشی از فقدان چارچوب‌های نظری منسجم برای تبیین ارتباط سیستماتیک بین کارآفرینی اجتماعی، درک ذی‌نفعان و پایداری گردشگری است. اگر چه پژوهش‌های متعددی به بررسی پراکنده این مفاهیم پرداخته‌اند، اما مطالعات کمی با رویکرد تحلیلی-عددی به سنجش تأثیر تمایل‌های کارآفرینی فردی بر درک ذی‌نفعان از گردشگری پایدار پرداخته‌اند (Gillefalk et al., 2023). این درحالی است که کارآفرینی اجتماعی به عنوان کاتالیزور توسعه پایدار، می‌تواند در بهبود کیفیت زندگی جامعه و کاهش اثرات منفی زیست محیطی نقش ایفا کند. بدون توجه به این بعد از کارآفرینی، توسعه گردشگری در مناطق توریست‌پذیر مانند هرسین با مخاطرات جدی از جمله تخریب غیرقابل بازگشت میراث فرهنگی-طبیعی و تشدید روند مهاجرت روبرو خواهد بود. بنابراین، تبیین نقش کارآفرینی اجتماعی فردی نه تنها یک انتخاب، که یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر برای دستیابی به توسعه پایدار گردشگری محسوب می‌شود. شهرستان هرسین به دلیل دارا بودن ترکیب

جاذبه‌های منحصر به فرد تاریخی و طبیعی در یک محدوده جغرافیایی متمرکز (عادل‌فر و اسماعیلی، ۱۳۹۵)، به عنوان یکی از کانون‌های نوظهور گردشگری در غرب ایران، با جذب ۲۹٪ از گردشگران در استان کرمانشاه و میزبانی از ۱۸۶۵۴۴ بازدیدکننده از مجموعه جهانی بیستون در سال ۱۴۰۲ (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمانشاه، ۱۴۰۳) در آستانه تحولی تاریخی قرار دارد. اما این رشد سریع، در صورت عدم مدیریت پایدار، می‌تواند به قیمت تخریب میراث طبیعی و فرهنگی منحصر به فرد این منطقه تمام شود. در چارچوب توسعه گردشگری پایدار، کارآفرینی اجتماعی فردی به عنوان یک ضرورت راهبردی و تحول‌آفرین در ایجاد اشتغال پایدار و کاهش اثرات منفی زیست محیطی گردشگری در این شهرستان مطرح بوده و می‌تواند به عنوان موتور محرکه‌ای برای تحقق اهداف توسعه پایدار عمل کند. در مقایسه با پژوهش‌های پیشین، پژوهش حاضر از دو جهت دارای نوآوری است. نخست با تلفیق دو حوزه کارآفرینی اجتماعی فردی و گردشگری پایدار، رویکردی میان رشته‌ای و نو ارائه می‌دهد. دوم با تمرکز بر ابعاد روانشناختی کارآفرینی اجتماعی (اشتیاق اجتماعی، نوآوری، ریسک‌پذیری و فعال بودن)، افق جدیدی برای درک نقش ویژگی‌های فردی در شکل دهی به ادراک ذی‌نفعان از پایداری گردشگری فراهم می‌سازد. برخلاف پژوهش‌های پیشین که بر شاخص‌های عینی یا سازمانی پایداری تأکید داشته‌اند، این پژوهش با رویکردی انسان‌محور، ادراک ذهنی ذی‌نفعان را بررسی می‌کند. و بر پتانسیل این مفاهیم در ایجاد تغییرات مثبت و خلق مقاصد گردشگری پایدار تأکید می‌ورزد. علیرغم وجود مقالات متعدد پژوهشی در حوزه اثرات کارآفرینی بر گردشگری، هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیرات گرایش‌های کارآفرینی اجتماعی فردی بر درک ذی‌نفعان از گردشگری پایدار است. و سؤال اصلی پژوهش این است که ارتقای کارآفرینی اجتماعی فردی تا چه اندازه می‌تواند بر توسعه گردشگری پایدار تأثیر گذار باشد؟.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کارآفرینی اجتماعی یک حوزه مطالعاتی نوظهور (Kannampuzha and Hockerts, 2019) و پدیده‌ای نسبتاً جدید برای مقابله با نیازهای پیچیده اجتماعی است. خلق ارزش اجتماعی، مأموریت کارآفرینی اجتماعی را تعریف می‌کند، به این صورت که از طریق آن، به مشکلات پیچیده اجتماعی پرداخته می‌شود و نیازهای ذی‌نفعان برآورده می‌شود (Lorenzo-Afable et al., 2025). در سطح جهانی، مردم با چالش‌های اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی

مواجهه هستند و کارآفرینان در تلاش هستند تا راه‌های متنوع برای کاهش این چالش‌ها ابداع کنند. برخلاف کارآفرینی سنتی که بر حداکثرسازی سود تمرکز دارد، کارآفرینی اجتماعی با هدف مقابله با مشکلات اجتماعی و تخریب محیط زیست انجام می‌شود (Turyakira et al., 2025).

نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده^۱ که توسط Ajzen (1991) ارائه شد، چارچوبی برای درک و پیش‌بینی رفتارهای انسانی ارائه می‌دهد. بر اساس این نظریه، گرایش به کارآفرینی اجتماعی فردی تحت تأثیر سه عامل اصلی شکل می‌گیرد: نگرش فرد نسبت به اثربخشی فعالیت‌های اجتماعی، هنجارهای ذهنی حاکم بر محیط اجتماعی فرد و کنترل رفتاری درک شده بر توانایی‌های شخصی برای اجرای پروژه‌های اجتماعی تأکید دارد. ترکیب این مؤلفه‌ها در کنار هم به خوبی قادر به تبیین گرایش کارآفرینی اجتماعی در سطح فردی است (Kurjono et al., 2024).

با تکیه بر نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، یک فعالیت کارآفرینانه که کارآفرینان انجام می‌دهند را می‌توان به عنوان رفتار کارآفرینانه در نظر گرفت (Bernardus et al., 2020). علاوه بر این هنوز هم بر اساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، قصد کارآفرینی اجتماعی (یعنی قصد راه‌اندازی یک کسب‌وکار مبتنی بر جامعه) به عنوان پیش‌بینی کننده خوبی برای رفتار کارآفرینی اجتماعی شناخته می‌شود (Harianto et al., 2024). افرادی که قصد کارآفرینی اجتماعی بالایی دارند، احتمالاً رفتار کارآفرینی اجتماعی را تحقق می‌بخشند (Jatiperwira, 2025).

گرایش کارآفرینی اجتماعی فردی^۲، که از این پس به عنوان گرایش کارآفرینی اجتماعی نامیده می‌شود، سازه‌ای است که از گرایش کارآفرینی فردی مشتق شده است (Satar & Natasha, 2019). در حالی که گرایش کارآفرینی فردی «تمایل افراد به رفتار کارآفرینانه» است، گرایش کارآفرینی اجتماعی «تمایل افراد به رفتار کارآفرینانه» در فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی است. رفتار جامعه محور شامل اقدامات داوطلبانه توسط یک فرد است

¹ theory of planned behavior (TPB)

² individual social entrepreneurial orientations (ISEO)

که هدف آن سود رساندن به دیگران است، در حالی که آرزوی ایجاد یک نگاه اجتماعی به عنوان نیت کارآفرینی اجتماعی شناخته می‌شود. گرایش کارآفرینی اجتماعی مستقیماً بر قصد کارآفرینی اجتماعی تأثیر می‌گذارد، زیرا گرایش کارآفرینی اجتماعی بالا می‌تواند فرد را به شدت به مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی (مثلاً حل مشکلات اجتماعی) تشویق کند (Jatiperwira, 2025).

براساس مبانی نظری ارائه شده، گرایش کارآفرینی اجتماعی فردی به عنوان یک سازه چند بعدی مفهوم سازی می‌شود که تلفیقی از ابعاد رفتاری (نوآوری اجتماعی، پیشگامی علت-محور، ریسک‌پذیری اجتماعی) و بعد روانشناختی (اشتیاق اجتماعی) است. این چارچوب نظری مبنای مناسبی برای بررسی گرایش کارآفرینی اجتماعی بر توسعه پایدار فراهم می‌کند (Hockerts, 2017). ابعاد کلیدی که موفقیت یک کارآفرین اجتماعی را پیش‌بینی می‌کنند شامل: نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشگامی و اشتیاق اجتماعی است. (Satar & Natasha, 2019) مقیاس گرایش‌های کارآفرینی اجتماعی فردی را در سطح فردی توسعه دادند که دارای چهار بعد (نوآوری، ریسک‌پذیری، فعال بودن و اشتیاق اجتماعی) به شرح زیر است:

- نوآوری، ویژگی تشخیص و پاسخ به فرصت‌ها و راه‌حل‌ها است. این ویژگی تمایل به مشارکت در فرایندهای خلاقانه، با القای محصولات و خدمات جدید دارد.
- ریسک‌پذیری، به تمایل فرد برای مشارکت در فعالیت‌های پرخطر با احتمال بازده بالا در محیط‌های نامشخص اشاره دارد. فرد تمایل دارد سطح خاصی از خطر را برای اقدام کارآفرینی متحمل شود.
- فعال بودن (پیشگامی)، به رفتار کارآفرینانه برای ایجاد فرصت‌های جدید برای شکل‌دهی به محیط آینده اشاره دارد. رفتار فرصت طلبانه شامل اقدام بر اساس نیازها و روندهای آینده، پیش از رقبای توسعه محصولات جدید و ایجاد مزایای پیشگامانه است.

- اشتیاق اجتماعی، نشان دهنده تعهد کارآفرینی اجتماعی برای به حداقل رساندن مشکلات دیگران و اشتیاق به ایجاد ارزش اجتماعی مثبت است (Naveed et al, 2021).

نظریه ذی نفعان

مفهوم ذی نفعان اولین بار به وسیله مؤسسه تحقیقات استفورد در سال ۱۹۳۶ مطرح شد. در تعریفی ذی نفع را گروهی از افراد که به صورت سازماندهی شده یا سازماندهی نشده به دنبال منافع مشترکی در یک سیستم یا موضوع خاصی باشند، ذی نفع عنوان می شوند. تئوری ذی نفعان یکی از تئورهای مدیریت سازمانها است، که ترکیبی از تئوریهای سازمانی و اجتماعی می باشد. چند نوع تعریف بر اساس رشتههای مختلف برای تئوری ذی نفعان وجود دارد که وجه تشابه تمام آنها، تأیید دخالت آنها در یک رابطه مبادله‌ای (تعاملی) است به این معنی که نه تنها ذی نفعان تحت تأثیر شرکتها هستند بلکه آنها نیز بر شرکتها تأثیر می گذارند (یوسف جمالی و همکاران، ۱۴۰۱). نظریه ذی نفعان (Freeman, 1984) ذی نفعان را "فرد یا گروهی که می تواند بر دستیابی به اهداف سازمان تأثیر بگذارد و یا تحت تأثیر قرار بگیرد" بیان داشتند. ذی نفع را به عنوان شخص یا نهادی توصیف می کند که در تصمیم گیری مشارکت دارد و همچنین از نتایج تصمیم گیری سود می برد. ذی نفعان صنعت گردشگری شامل: گردشگران، ساکنان (جامعه میزبان)، کسب و کارهای گردشگری، و دولت میزبان هستند (جباری و همکاران، ۱۴۰۴). در این بین نکته مهم برای دستیابی به توسعه پایدار گردشگری دخالت دادن همه ذی نفعان است، چرا که بدون حمایت ذی نفعان توسعه گردشگری به شکل پایدار تقریباً غیر ممکن است. هدف از توسعه گردشگری رسیدن به نتایجی است که بهترین تعادل منافع و هزینه‌ها را برای تمام گروههای ذی نفع فراهم کند. درک ذی نفعان از آثار گردشگری از مهم ترین مؤلفه‌ها برای حمایت آنها از توسعه گردشگری به شمار می آید. و مهم ترین وجه مشترک همه ذی نفعان ارزش آفرینی آنهاست (یوسف جمالی و همکاران، ۱۴۰۱).

در سالهای اخیر، در راستای بررسی و شناخت آثار و پیامدهای گردشگری، استفاده از دیدگاه ذی نفعان، به منزله یک روش شناسی، در کانون تحقیقات و برنامه ریزی و مدیریت قرار گرفته است (فضلی و همکاران، ۱۴۰۰). نقش و اهمیت ذی نفعان به عنوان افراد، گروهها و سازمانهایی که منفعی دارند و پتانسیل تأثیرگذاری بر اقدامات و اهداف یک سازمان،

پروژه و یا جهت سیاسی را دارند، برای مدیران، سیاست‌گذاران و محققان روشن است (رضایی مقدم و همکاران، ۱۳۹۸).

مفهوم توسعه پایدار در سطح گردشگری باعث کاهش اثرات منفی گردشگری بر محیط زیست، جامعه و اقتصاد برای دستیابی به پایداری اکولوژیکی و اقتصادی بادوام می‌شود. گردشگری پایدار را به صورت مفهومی به عنوان «توسعه فعالیت‌های گردشگری با تعادل مناسب بین ابعاد محیطی، اقتصادی و جنبه‌های اجتماعی-فرهنگی برای تضمین پایداری بلندمدت آن» تعریف کرده‌اند (ده‌یادگاری و همکاران، ۱۴۰۴). توسعه گردشگری پایدار شامل چالش محیطی (به شکل مقاومت در برابر از بین رفتن منابع طبیعی و محیطی)، چالش اقتصادی (به شکل افزایش درآمد جامعه حاضر در حالی که درآمد نسل آینده را تضمین کند)، چالش اجتماعی (به شکل ارتقاء عدالت اجتماعی، امنیت و برابری)، چالش فرهنگی (به شکل محافظت و ارتقای فرهنگ‌ها و ارزش‌های زیبا شناختی) و چالش نهادی (به شکل ارتقاء مشارکت جوامع محلی در تصمیم‌گیری استراتژیک) خواهد بود توسعه پایدار گردشگری، فرآیندی است که با بهبود کیفیت زندگی میزبانان، تأمین تقاضای بازدیدکنندگان و به همان نسبت حفاظت منابع محیطی طبیعی و انسانی در ارتباط است (شکوری و همکاران، ۱۴۰۰).

مطالعات متعددی در زمینه کارآفرینی اجتماعی و ادراک ذی‌نفعان از گردشگری به صورت جداگانه صورت گرفته است. که در ادامه به مهم‌ترین و مرتبط‌ترین آن‌ها با پژوهش حاضر اشاره شده است. آینه و همکاران (۱۴۰۴) بیان نمودن کارآفرینی اجتماعی با تمرکز بر نیازهای جامعه و استفاده بهینه از منابع، حس تعلق و مشارکت را تقویت کرده و به جذب گردشگران پایدار و بهبود کیفیت زندگی در مناطق روستایی منجر می‌شود. و مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی در گردشگری پایدار روستایی را شامل: ایجاد ارزش اجتماعی، پایدار اقتصادی، حفاظت از محیط زیست، فراهم‌سازی فرصت‌های شغلی، توسعه مهارت‌ها، همکاری با ذی‌نفعان، توجه به فرهنگ محلی، خلاقیت و نوآوری، مدیریت مشارکتی، توسعه زیرساخت‌ها می‌باشد.

دوزنده ضیایی و همکاران (۱۴۰۳) ارائه الگوی کارآفرینی اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی در روستاهای هدف گردشگری استان گیلان، یافته‌ها نشان داد کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک رویکرد بازارمحور برای پرداختن به مشکلات اجتماعی مختلف از طریق

کارآفرینی گردشگری قرار دارد. و دو معیار باور به کارآفرینی و استفاده خلاق از منابع به عنوان مؤثرترین معیارهای اثرگذار بر سایر معیارها هستند.

غلامرضائی و حق‌پرست کنارسری (۱۴۰۳) به طراحی مدل کوچینگ توسعه گردشگری پایدار در نظام آموزش و پرورش در استان گیلان پرداخته‌اند. براساس یافته‌ها، از جمله پیامدهای اصلی و اصولی گردشگری پایدار شامل حفظ، حراست و حمایت از محیط زیست، ساختارهای اجتماعی، صیانت از فرهنگ و آداب و رسوم جوامع است که با بهره‌گیری از تکنیک کوچینگ می‌توان تا حد ممکن به نکات مثبت گردشگری پایدار افزود و از نکات منفی آن کاست. ده‌یادگاری و همکاران (۱۴۰۳) بیان نمودن مشارکت و گرایش به کارآفرینی افراد جامعه بر مقصد گردشگری و توسعه پایدار گردشگری تأثیر گذار است.

قادری و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی بیان نمودن عوامل محیطی (اقتصادی، فناوری و نوآوری، سیاسی و قانونی، اجتماعی و فرهنگی، زیرساخت و سرمایه انسانی) و بین فردی (مهارت‌های اجتماعی و جامعه‌پذیری، مهارت‌های رهبری و ارتباطی، فعالیت‌های کارآفرینانه و...) و عوامل فردی (قابلیت‌های فردی و ارزش‌آفرینی، خطرپذیری، ویژگی‌های ارتباطی، شایستگی‌های کارآفرینانه و...) در تعامل با دیگر متغیرها در فراهم کردن زمینه کارآفرینی اجتماعی معلولان در صنعت گردشگری تأثیر گذار هستند.

محمدی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان تأثیر کارآفرینی اجتماعی بر توسعه اقتصادی با تأکید بر نقش میانجی گردشگری روستایی پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان داد کارآفرینی اجتماعی اثری مستقیم بر گردشگری روستایی دارد. و با تأثیرگذاری بر شاخص اقتصادی باعث توسعه اقتصادی منطقه می‌شود. در نهایت گردشگری روستایی نقش میانجی بین دو متغیر کارآفرینی اجتماعی و توسعه اقتصادی ایفا می‌کند.

بخشی‌جوزم و نصرالهی (۱۴۰۱) در پژوهشی تحت عنوان تأثیر نوآوری و کارآفرینی بر توسعه پایدار پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد کارآفرینی بر توسعه پایدار تأثیر داشته است اما نوآوری و ارزش افزوده بخش بر توسعه پایدار اثر معنی‌دار ندارد.

موحد و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به تحلیل ادراک ذی‌نفعان از پایداری اثرات گردشگری در شهر لاهیجان پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داده است که وضعیت توسعه گردشگری در شهر لاهیجان به لحاظ اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و بالاتر از حد متوسط و متمایل به وضعیت خوب و در بعد کالبدی پایین‌تر از حد متوسط و متمایل به وضعیت نامناسب قرار دارد.

(Dias et al (2025) در پژوهشی با عنوان اشتیاق کارآفرینانه: محرک کلیدی نوآوره‌های اجتماعی در بنگاه‌های گردشگری پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد تلفیق عوامل روان-شناختی (مانند اشتیاق) و عوامل اجتماعی (مانند دلبستگی جامعه) می‌تواند مسیر تحقق نوآوره‌های اجتماعی در بنگاه‌های کوچک و متوسط گردشگری را هموار سازد.

(Benalla & El Halaissi (2025) در پژوهش خود بر ضرورت ایجاد محیطی توانمندساز برای شکوفایی کارآفرینی اجتماعی در گردشگری تأکید می‌کنند، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد کارآفرینان اجتماعی استراتژی‌های متنوعی شامل: مشارکت جامعه، ظرفیت‌سازی، حفظ فرهنگ و شیوه‌های اخلاقی را برای افزایش شمول اجتماعی و پایداری در گردشگری اجرا می‌کنند.

(Sulaiman et al (2024) در پژوهشی با عنوان توانمندسازی مشارکت جامعه محلی: گردشگری روستایی و نوآوری کسب‌وکار برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار روستایی پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که کارآفرینی اجتماعی نقش حیاتی در تقویت مشارکت جامعه، تشویق مشارکت اجتماعی و خلق ابتکارات گردشگری پایدار ایفا می‌کند. از سوی دیگر، نوآوری کسب‌وکار به جوامع محلی امکان می‌دهد تا خود را متمایز سازند، تجربه بازدیدکنندگان را ارتقاء بخشند و رقابت‌پذیری کلی مقاصد گردشگری روستایی را بهبود دهند. (Terzieva & Schmitz (2024 بیان نمودن کارآفرینی اجتماعی با ترویج مشارکت بین جوامع محلی، ذی‌نفعان و کارآفرینان اجتماعی، محرک توسعه پایدار و خلق مقاصد گردشگری تاب‌آور خواهد بود.

(Van Tuyen et al (2023) با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش گردشگری مبتنی بر جامعه به عنوان ترویج کارآفرینی اجتماعی توسعه پایدار در جوامع ساحلی: مطالعه در استان تین‌هو، ویتنام مرکزی که گردشگری با ابتکار کارآفرینی، سرمایه‌های طبیعی و اجتماعی-فرهنگی جوامع ساحلی را بازسازی کرده است، تأثیرات مختلفی بر پایداری اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی داشته است و موجب بهبود چشم انداز، محیط زیست و منابع طبیعی و همچنین تأثیرات غیرمنتظره‌ای بر حفظ فرهنگ ایجاد کرده. با توجه به اینکه بسیاری از فرصت‌های مانند افزایش درآمد یا ایجاد شغل را فراهم نکرده است، و پیامدهای برای مدیران و سیاست‌گذاران برای توسعه در کشورهای در حال توسعه است. Boom et al (2021) در پژوهشی با عنوان شناسایی دیدگاه‌های ذی‌نفعان در مورد توسعه پایدار گردشگری که با روش Q-sort انجام شده است، به این نتیجه رسیده‌اند که ذی‌نفعان (حتی

آنهایی که نقش‌های مشابهی دارند) دیدگاه‌های متفاوتی در مورد توسعه گردشگری دارند که این تفاوت‌ها به توسعه گردشگری کمک می‌کند زیرا فرصت‌ها را برای ایجاد راه‌حل‌های جدید مبتنی بر اجماع نظر بیشتر می‌کند.

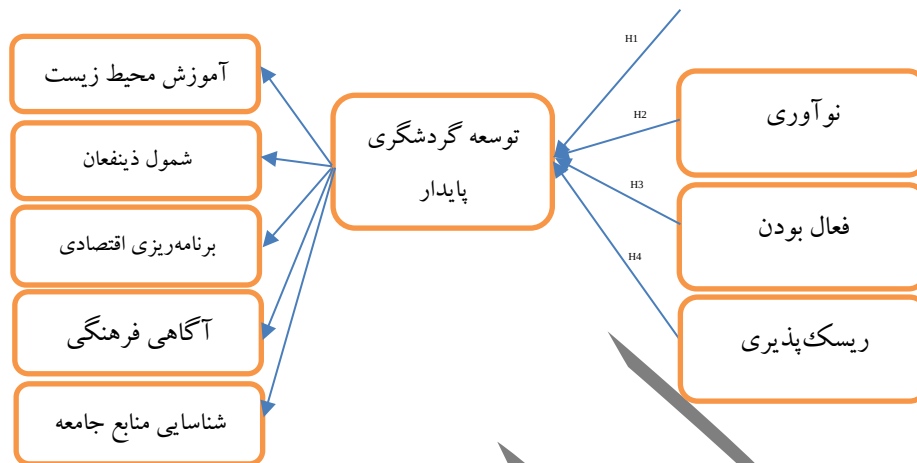
اگر چه مجموعه ادبیات کنونی بینش‌های ارزشمندی را در مورد کارآفرینی اجتماعی و گردشگری به صورت پراکنده ارائه می‌کند. خلاءهای تحقیقاتی قابل توجهی در مورد سنتز و بررسی کمی این عناصر مرتبط وجود دارد. بررسی مجموعه ادبیات موجود کمبود تحقیقات جامع را نشان می‌دهد که دیدگاه‌های ساکنان، پیامدهای اقتصادی-اجتماعی، سهم کارآفرینی اجتماعی و پیامدهای زیست محیطی را در یک چارچوب یکپارچه در هم می-آمیزد (Atchadé et al, 2023). با توجه به بررسی پیشینه پژوهش تاکنون مطالعات متعددی پیرامون کارآفرینی اجتماعی فردی و توسعه گردشگری پایدار صورت گرفته اما در اکثر این مطالعات، بیشتر به بررسی جداگانه آن‌ها و یا اینکه به صورت کلی اکتفا شده است و کمتر مطالعه‌ای به بررسی گرایش کارآفرینی اجتماعی فردی و ادراک ذی‌نفعان حوزه گردشگری پایدار شامل فعالان اقتصادی (کارآفرینان)، صاحبان کسب‌وکارهای حوزه گردشگری، مدیران، کارشناسان محلی پرداخته شده است.

مدل مفهومی پژوهش و فرضیه‌ها

مدل مفهومی این پژوهش که در شکل (۱) ارائه شده است، تلفیقی از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده و نظریه ذی‌نفعان است. متغیر مستقل پژوهش «کارآفرینی اجتماعی فردی» در نظر گرفته شده که به عنوان یک رفتار هدفمند، مستقیماً از کانون نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده استخراج گردیده است. این متغیر در قالب چهار بعد نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشگامی و اشتیاق اجتماعی عملیاتی شده است. از سوی دیگر، متغیر وابسته این پژوهش، توسعه گردشگری پایدار است که با تکیه بر نظریه ذی‌نفعان به عنوان پیامد و هدف نهایی این رفتار کارآفرینانه تعریف می‌شود. در واقع، این چارچوب استدلال می‌کند که رفتارهای کارآفرینانه اجتماعی (برخاسته از نگرش‌ها، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار درک شده) می‌تواند منجر به دستیابی به اهداف توسعه گردشگری پایدار، که رضایت و مشارکت کلیه ذی‌نفعان را می‌طلبد، گردد.

حفظ منافع

اشتیاق اجتماعی



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش (منبع: نگارندگان)

فرضیه‌ها پژوهش:

۱. اشتیاق اجتماعی بر توسعه گردشگری پایدار تأثیر گذار است.
۲. نوآوری بر توسعه گردشگری پایدار تأثیر گذار است.
۳. فعال بودن بر توسعه گردشگری پایدار تأثیر گذار است.
۴. ریسک‌پذیری بر توسعه گردشگری پایدار تأثیر گذار است.

روش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ روش جمع‌آوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل ۳۶۰ نفر از کارشناسان اداره‌های شهرستان هرسین (حدود ۳۸ اداره) و کارکنان واحدهای ارائه دهنده خدمات گردشگری (حدود ۹ واحد) است. اعضای جامعه آماری افرادی با تجربه زیسته و آگاهی مستقیم از وضعیت گردشگری شهرستان هرسین بوده‌اند، از جمله کارشناسان فرمانداری، بخشداری، شهرداری‌ها، اداره میراث فرهنگی و گردشگری، سایت جهانی بیستون، شبکه بهداشت و درمان، دهیاران، مدیران بوم‌گردی‌ها، کارکنان هتل کاروانسرای بیستون، کارآفرینان حوزه گردشگری و... می‌باشند. با استفاده از جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) حجم نمونه مورد نیاز ۱۸۶ تعیین گردید. باتوجه به ناهمگونی جامعه آماری و تنوع گروه‌های فعالانه در حوزه گردشگری، از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب استفاده شد. بدین ترتیب که در ابتدا جامعه به سه

طبقه اصلی «کارشناسان ادارات دولتی»، «کارکنان واحدهای خدمات گردشگری» و «کارآفرینان بخش خصوصی گردشگری» تقسیم گردید و حجم نمونه متناسب از هر طبقه تعیین شد. و در مرحله بعد نمونه‌ها با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی ساده فهرست‌محور و از طریق نرم افزار Excel انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه الکترونیکی شامل ۴۶ سؤال بر مبنای مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت بود که از طریق پیام‌رسان‌های واتساپ و تلگرام برای افراد منتخب ارسال شد. در مجموعه ۱۷۶ پرسش‌نامه تکمیل شده و قابل استفاده دریافت گردید که مبنای تحلیل‌های آماری پژوهش قرار گرفت. با توجه به تفاوت در نرخ پاسخگویی گروه‌های مختلف، وزن‌دهی آماری بر اساس متغیرهای جمعیت شناختی انجام شد و توزیع جمعیت‌شناختی نمونه پژوهش بدین شرح است: از کل نمونه ۱۷۶ نفر ۱۱۷ نفر مرد (۶۷٪) و ۵۹ نفر زن (۳۳٪) هستند. و از نظر موقعیت شغلی ۷۲/۳ درصد کارمند دستگاه دولتی (شامل مدیر، کارشناس، دهیار)، ۱۹/۴ درصد کارکنان هتل لاله و سایت جهانی بیستون و ۸/۳ درصد دارای بومگردی و فعالان حوزه گردشگری در بخش خصوص می‌باشند. به منظور سنجش متغیرهای پژوهش از دو پرسشنامه معتبر کارآفرین اجتماعی (Satar & Natasha, 2019)، و درک ذی‌نفعان از توسعه گردشگری پایدار (Cárdenas et al, 2015) به عنوان سازه مرتبه دوم با ابعاد متمایز استفاده شده است. پایایی پرسشنامه با استفاده ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد که مقدار آن ۰/۸۴۱ به دست آمد. این مقدار نشان دهنده قابلیت اعتماد مطلوب ابزار پژوهش است. به منظور اطمینان از روایی محتوا، پرسشنامه توسط گروهی از متخصصان و اساتید صاحب نظر در این حوزه بررسی و تأیید شد. همچنین برای بررسی روایی سازه، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده گردید. نتایج نشان داد که بارهای عاملی تمامی گویه‌ها بالاتر از ۰/۵ بوده، که تأیید کننده روایی سازه مطلوب پرسشنامه است. و همچنین به منظور آزمون نظری مدل پژوهش و بررسی رابطه بین متغیرهای پنهان و مشاهده شده، از روش تحلیل معادلات ساختاری (SEM) با استفاده از نرم‌افزار AMOS استفاده شد. این نرم‌افزار به دلیل رابط کاربری گرافیکی و توانایی آن در ارائه شاخص‌های متعدد برازش مدل، برای تحلیل مدل‌های پیچیده علی انتخاب گردیده است.

یافته‌ها

آمار استنباطی

تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه در دو بخش پایایی و نرمالیت با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ و کولموگروف-اسمیرنوف انجام شد که نتایج آن در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۱. میانگین، انحراف معیار، پایایی و توزیع نرمال متغیرها

متغیرها	تعداد سؤال	آلفای کرونباخ	میانگین	انحراف معیار	کولموگروف-اسمیرنوف	سطح معنی-داری	نتیجه نهایی
اشتیاق اجتماعی	۶	۰/۸۹۴	۳,۶۳۲۲	۰.۴۹۰۸۹	۱,۱۰۵	۰.۱۲۵	توزیع نرمال
نوآوری	۵	۰/۸۱۸	۳,۶۵۳۳	۰.۵۴۷۶۸	۱,۱۲۷	۰.۱۸۹	توزیع نرمال
فعال بودن	۶	۰/۸۹۷	۳,۷۸۰۰	۰.۵۹۳۰۶	۱,۲۵۷	۰.۲۱۴	توزیع نرمال
ریسک پذیری	۴	۰/۸۷۵	۳,۸۶۸۳	۰.۵۵۸۴۱	۱,۰۱۸	۰.۲۴۵	توزیع نرمال
توسعه							
گردشگری	۲۱	۰/۸۵۷	۳,۸۶۱۷	۰.۴۳۱۷۳	۱,۰۲۸	۰.۲۵۸	توزیع نرمال
پایدار							

(یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

باتوجه به اینکه سطح معنی‌داری آزمون نرمال (K-S) بودن برای تمامی متغیرها در جدول ۱ بالاتر از ۰/۰۵ می‌باشد، فرض نرمال بودن داده‌ها رد نمی‌شود. این نتیجه حاکی از آن است که توزیع داده‌های هر متغیر از الگوی توزیع نرمال تبعیت نموده و داده‌ها به صورت متقارن حول میانگین متمرکز شده‌اند. بر این اساس، می‌توان از آزمون‌های پارمتریک از جمله تحلیل معادلات ساختاری با به کارگیری روش برآورد حداکثر درست‌نمایی^۱ استفاده کرد. و همچنین مقدار آلفای کرونباخ برای تمامی متغیرها بالاتر از ۰/۷۰ است، به این معنی که متغیرهای پرسشنامه دارای پایایی قابل قبول هست.

بررسی مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش

در جدول ۲ ملاحظه می‌شود که بارهای عاملی برای گویه‌ها بزرگ‌تر از ۰/۵۰ بوده و در سطح احتمال ۹۵ درصد معنی‌دار هستند. بنابراین می‌توان گفت متغیرهای آشکار مدل، از برازندگی قابل قبولی برای اندازه‌گیری سازه‌های پنهان برخوردارند.

جدول ۲. نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای گویه‌های پرسش‌نامه

سازه	شاخص	گویه‌ها	بارهای عاملی	سطح معناداری
------	------	---------	--------------	--------------

¹ Maximum Likelihood Estimation

***	۰/۵۴	هدف ایجاد ارزش اجتماعی	اشتیاق اجتماعی	کارآفرینی اجتماعی
***	۰/۵۰	رفع نیازهای اجتماعی		
***	۰/۶۰	فراهم نمودن زمینه‌های رفع نیازهای اجتماعی		
***	۰/۶۵	سود بلند مدت اجتماعی		
***	۰/۶۱	تمرکز بر ایجاد ارزش اجتماعی		
***	۰/۶۵	ارزیابی نتایج و پیامدهای اجتماعی فعالیت‌ها		
***	۰/۶۴	خلق روش‌های جدید	نوآوری	
***	۰/۷۰	طرز فکری خلاقانه در روش‌های کنونی		
***	۰/۷۵	تأمین بودجه به روش‌های نوآورانه		
***	۰/۵۳	استفاده بهینه از منابع کمیاب		
***	۰/۵۴	بکارگیری فعالیت‌های جدید همراه با ریسک		
***	۰/۷۲	پیش‌بینی مشکلات، نیازها یا تغییرات آینده		
***	۰/۶۲	برنامه‌ریزی از قبل برای پروژه‌ها		
***	۰/۵۹	ارزیابی پیامدهای اجتماعی فعالیت‌ها		
***	۰/۷۰	ارزیابی تمامی راه‌های جذب منابع		
***	۰/۶۷	توانایی مدیریت شرایط بحرانی		
***	۰/۵۷	غلبه بر مانع پیشه‌رو	ریسک‌پذیری	
***	۰/۶۳	انجام اقدامات جسورانه		
***	۰/۷۰	سرمایه‌گذاری روی فعالیتی که نتیجه دهد		
***	۰/۵۹	جسورانه عمل کردن در موقعیت‌های خطرناک		
***	۰/۵۳	سنجیدن خطرات هر اقدام و کنترل زیان		
***	۰/۷۵	حفاظت از محیط طبیعی		حفظ منابع
***	۰/۶۸	بهبود محیط برای نسل‌های آینده		
***	۰/۶۹	عدم آسیب‌رسانی منابع فرهنگی		
***	۰/۶۶	احیای محیط طبیعی		
***	۰/۷۳	مشارکت اعضای جامعه در حفاظت از محیط		
***	۰/۵۳	برنامه‌های آموزشی احیای منابع طبیعی	آموزش محیط زیست	
***	۰/۵۴	آموزش شیوه‌های بهینه کاربری اراضی به ساکنان محلی		
***	۰/۵۷	آموزش اصول صحیح استفاده از اراضی به گردشگران		
***	۰/۵۶	آموزش مدیریت بهینه اراضی به صاحبان مشاغل		
***	۰/۸۸	مشارکت جامعه محلی، پشتیبانی از توسعه گردشگری	شمول ذی‌نفعان	
***	۰/۸۷	مشارکت جامعه، برای موفقیت پروژه‌های گردشگری		
***	۰/۸۳	مؤثر بودن مشارکت گردشگران در برنامه‌ریزی گردشگری		
***	۰/۸۶	نظارت بر رضایت گردشگران توسط مسئولان		

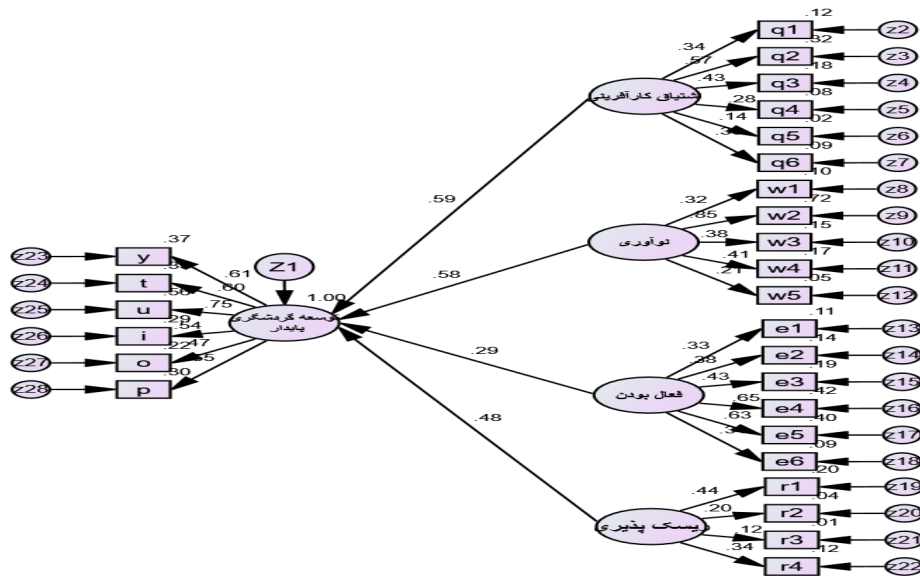
نام ریزی اقتصادی	***	۰/۵۲	تنوع بخشی اقتصاد محلی
	***	۰/۴۸	اثر مثبت گردشگری بر اقتصاد جامعه
	***	۰/۴۹	چشم انداز بلندمدت توسعه گردشگری
	***	۰/۵۱	لزوم هماهنگی بین بخشی
آگاهی فرهنگی	***	۰/۵۵	دسترسی به اطلاعات تاریخی منطقه
	***	۰/۵۴	آشنایی با فرهنگ بومی منطقه
	***	۰/۵۰	شناخت آداب و رسوم محلی
	***	۰/۴۹	آشنایی با غذاهای محلی
سازماندهی	***	۰/۵۶	فرهنگ بومی جامعه به عنوان جاذبه گردشگری
	***	۰/۵۳	بازسازی مکان‌های تاریخی برای جذب بیشتر گردشگر
	***	۰/۵۷	پتانسیل بالای محیط طبیعی برای جاذبه گردشگران
	***	۰/۵۰	غذاهای محلی به عنوان جاذبه گردشگری

(یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴) توضیح: *** سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ $p <$ معنی داری است.

مدل ساختاری تحقیق

از مدل‌یابی معادلات ساختاری در نرم‌افزار آموس برای اعتبار سنجی مدل مفهومی پژوهش و آزمون فرضیه‌های پژوهش با به کارگیری حداقل‌ترین درستی‌نمایی استفاده شد است. خروجی آزمون مذکور در شکل شماره ۲ آورده شده است.

شکل ۲. مدل ساختاری تحقیق در حالت تخمین استاندارد (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)



سطح معنی‌داری آماره χ^2 دو برابر ۰/۰۰۰ است که با توجه به ملاک در نظر گرفته‌شده (بزرگ‌تر از ۰/۰۵) قابل قبول نیست. ولی از آنجایی که سطح معنی‌داری به تعداد نمونه حساس بوده و در نمونه‌های بزرگ‌تر تقریباً همیشه معنادار است (Wang & Rhemtulla, 2021)؛ برای ارزیابی برازش مدل از شاخص‌های مکمل (جدول ۲) استفاده شده است. مقدار شاخص نسبت کای اسکور به درجه آزادی (CMIN/DF) برابر ۲/۲۷۰ و شاخص برازش مقتصد (PNFI) ۰/۹۳۷ است. شاخص برازش تطبیقی (CFI) ۰/۹۲۶، شاخص برازش افزایشی (IFI) ۰/۹۳۷، شاخص برازش توکر-لویس (TLI) ۰/۹۱۷، شاخص برازش هنجار شده بنتلر-بونت (NFI) ۰/۹۴۷، شاخص ریشه دوم مربعات باقیمانده (RMSEA) ۰/۰۴۶ و شاخص اندازه‌گیری میانگین مطلق باقیمانده همبستگی (SRMR) ۰/۰۳۱ است. این شاخص‌ها در محدوده برازش مطلوب قرار دارند؛ مطابق با معیارهای هو و بنتلر (۱۹۹۹) و تأیید شده در مطالعات جدید (McNeish & Wolf, 2023). مقادیر نشان دهنده این است که همه شاخص‌ها در محدود قابل قبول قرار دارند (Arbuckle, 2021; Kline, 2023). و مدل ساختاری پژوهش ارائه‌شده از برازش قابل قبولی برخوردار است.

جدول ۳. نتایج آزمون برازش کلی مدل

شاخص برازش	وضعیت در این مدل	وضعیت مطلوب	نتیجه
------------	------------------	-------------	-------

		۷۲۶,۳۶۸	CMIN
		۳۲۰	DF
قابل قبول	<۰/۰۵	۰,۰۰۰	P
قابل قبول	<۳	۲,۲۷۰	CMIN/DF
قابل قبول	>۰/۹	.۹۳۷	PNFI
قابل قبول	<۰/۰۸	.۰۴۶	RMSEA
قابل قبول	<۰/۰۵	.۰۳۱	SRMR
قابل قبول	>۰/۹	.۹۲۶	CFI
قابل قبول	>۰/۹	.۹۱۷	TLI
قابل قبول	>۰/۹	.۹۳۷	IFI
قابل قبول	>۰/۹	.۹۴۷	NFI

(یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

آزمون فرضیه‌ها

باتوجه به جدول ۳ ملاحظه می‌شود اشتیاق کارآفرینی، نوآوری، فعال بودن و ریسک‌پذیری به ترتیب دارای ضرایب رگرسیون استاندارد برابر با ۰/۵۹، ۰/۵۸، ۰/۲۹ و ۰/۴۸ بوده و تأثیر مثبت و معنی‌داری بر متغیر وابسته دارند؛ تمامی روابط رگرسیونی بین متغیرها از لحاظ آماری در سطح معناداری بوده ($P < 0.05$, $CR > 1.64$) و هر چهار فرضیه تأیید شدند.

جدول ۴. خروجی نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر استاندارد	CR	سطح معناداری	نتیجه آزمون	
اول	اشتیاق اجتماعی	توسعه گردشگری پایدار	۰/۵۹۱	۲,۱۴۹	۰,۰۳۲	تأیید
دوم	نوآوری	توسعه گردشگری پایدار	۰/۵۷۶	۳,۰۱۱	۰,۰۰۳	تأیید
سوم	فعال بودن	توسعه گردشگری پایدار	۰/۲۸۹	۲,۱۲۷	۰,۰۳۳	تأیید
چهارم	ریسک پذیری	توسعه گردشگری پایدار	۰/۴۸۳	۲,۵۲۳	۰,۰۲۸	تأیید

(یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

پژوهش حاضر به تبیین اثرات ابعاد گرایش کارآفرینی اجتماعی فردی بر متغیر وابسته در قالب چهار فرضیه می‌پردازد. در نمودار شماره ۳، مدل SEM برازش یافته را نشان داده و ضرایب رگرسیونی در حالت تخمین استاندارد و سطح معناداری روابط بین متغیرها را روشن می‌سازد ($P < 0.05$, $CR > 1.64$) و نشان می‌دهد هر چهار فرضیه در سطح معنی‌داری کمتر از ۵٪ درصد تأیید شدند. مدل ساختاری پژوهش ارائه شده بر اساس وضعیت هر یک از متغیرهای مدل کمتر یا بیشتر از وضعیت مطلوب بیانگر این است که از برازش قابل قبولی برخوردار است.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با توسعه مدلی که متغیرهای مهم کارآفرینی اجتماعی را به توسعه گردشگری پایدار مرتبط می‌کند، به ادبیات گردشگری پایدار کمک می‌کند. یافته‌ای این پژوهش نشان داد بعد اشتیاق اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۵۹ بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری پایدار دارد، این برتری را می‌توان با چارچوب‌های نظری معتبر تبیین نمود. براساس نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، اشتیاق اجتماعی به عنوان یک نگرش عمیق و ارزش محور، انگیزه درونی و پایدارتری برای اقدام جمعی ایجاد می‌کند. در مقابل فعال بودن که بیشتر به کنترل رفتار فردی شباهت دارد، بدون پشتوانه نگرشی قوی از مداوم و اثرگذاری کمتری برخوردار است. از منظر نظریه سرمایه اجتماعی، اشتیاق اجتماعی مستقیماً باعث ایجاد و تقویت سرمایه اجتماعی شامل شبکه‌های اعتماد، هنجارهای همکاری و انسجام اجتماعی می‌شود. این سرمایه اجتماعی بستری ضروری برای همکاری و اجرای موفقیت‌آمیز گردشگری پایدار فراهم می‌سازد. بدون این بستر، فعالیت‌های پر تعداد فردی نمی‌توانند هماهنگی و انسجام لازم برای تغییر پایدار را ایجاد کنند. همسو با نظریه کارآفرینی اجتماعی، اشتیاق اجتماعی تجلی تعهد به ایجاد ارزش اجتماعی و نیروی محرکه اصلی کارآفرینان اجتماعی برای حل مسائل جمعی است. این بعد تأثیر مستقیم و قوی‌تری بر دستیابی به درآمدهای پایدار دارد. همچنین بر اساس نظریه درگیری ذی‌نفعان، اشتیاق اجتماعی با ایجاد حس تعلق و مسئولیت مشترک، زمینه را برای درگیری عمیق و معنادار جامعه محلی فراهم می‌کند.

رتبه‌بندی اثرات ابعاد کارآفرینی اجتماعی به صورت اشتیاق اجتماعی > نوآوری > ریسک‌پذیری > فعال بودن از پشتوانه نظری و شواهد تجربی برخوردار است. این یافته‌ها با مطالعات

متعدد بدین شرح در بافت ایران همخوانی دارد. پژوهش رفیعی و همکاران (۱۴۰۱) نشان داد سرمایه اجتماعی اهالی محلی بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی گردشگری دارد. مطالعه آندرواژ و اصلانی (۱۴۰۲) تأکید کرد سرمایه اجتماعی در بین سایر سرمایه‌ها بیشترین تأثیر را بر توسعه صنعت گردشگری دارد. زارع (۱۴۰۴) در پژوهش خود نشان داد سرمایه اجتماعی از طریق مشارکت، ایجاد هم‌افزایی و انسجام اجتماعی زمینه توسعه پایدار گردشگری را فراهم می‌کند. مطالعه هاشمی و پورقاسم (۱۴۰۴) بر نقش نوآوری و سرمایه اجتماعی در رشد گردشگری تأکید نموده است. تحقیق فلاح‌تفتی و همکاران (۱۴۰۲) در استان گیلان نشان داد نوآوری و ریسک‌پذیری از مؤثرترین معیارهای کارآفرینی اجتماعی گردشگری هستند. قادری و همکاران (۱۴۰۳) مهارت‌های اجتماعی و جامعه‌پذیری، نوآوری، فعالیت‌های کارآفرینانه، خطرپذیری و... را در تعامل با دیگر متغیرها در فراهم کردن زمینه کارآفرینی اجتماعی معلولان در صنعت گردشگری تأثیرگذار دانسته‌اند. خزایی‌پول و همکاران (۱۴۰۲) به این نتیجه رسیده‌اند که انعطاف‌پذیری، رهبری، مشارکت اجتماعی، نوآوری و ریسک‌پذیری به ترتیب دارای بیشترین و کمترین تأثیر بر رشد و جذب گردشگری دارند. مطالعه ده‌یادگاری و همکاران (۱۴۰۴) بر نقش نگرش و تمایل به کارآفرینی در توسعه گردشگری پایدار تأکید کرده‌اند. این همخوانی یافته‌ها با مطالعات داخلی، اعتبار پژوهش حاضر را تقویت می‌کند.

در تبیین این رتبه‌بندی می‌توان گفت پس از اشتیاق اجتماعی که بستر روابط و نگرش جمعی را فراهم می‌کند، نوآوری به عنوان موتور خلق راهکارهای جدید و سازگار با محیط، جایگاه دوم را دارد. ریسک‌پذیری نیز به عنوان پیش‌نیاز آزمایش راهکارهای نوآورانه، اثر معناداری دارد. در نهایت، فعال بودن به عنوان نیروی محرکه اجرای، بدون هدایت توسط سه بعد دیگر، اثر کمتری بر پدیده پیچیده‌ای مانند پایداری دارد. در نتیجه، می‌توان ادعا کرد که برای دستیابی به گردشگری پایدار در ایران، تقویت اشتیاق اجتماعی و سرمایه اجتماعی در جامعه محلی و کارآفرینان، باید در کانون راهبردها و برنامه‌ریزی‌های کلان قرار گیرد. سپس بستری برای بروز نوآوری و ریسک‌پذیری فراهم آورده شود. این رویکرد جامع می‌تواند کمبودها و محدودیت‌های صنعت گردشگری را در مواجهه با اثرات تخریبی کاهش دهد.

براساس یافته‌های پژوهش برای تقویت ابعاد کارآفرینی اجتماعی فردی در راستای توسعه گردشگری پایدار در شهرستان هرسین باتوجه به توانمندی‌های طبیعی و تاریخی شهرستان هرسین، ظرفیت‌های فرهنگی (صنایع دستی، آداب و رسوم)، نیروی انسانی جوان و مستعد و

نیازهای واقعی بازار گردشگری پیشنهاداتی کاربردی و مدیریتی در سه دسته کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت به شرح زیر ارائه می شود:

الف) پیشنهادهای کوتاه مدت (اجرا در ۳ ماه)

۱. برنامه های آگاهی بخشی جامعه محلی:

✓ اقدام: برگزاری کارگاه های آموزشی سه ماهه با موضوع "تأثیر کارآفرینی اجتماعی

در گردشگری پایدار" برای ساکنان محلی

✓ ذی نفعان: اداره میراث فرهنگی و گردشگری، شهرداری های هرسین و بیستون

✓ شاخص موفقیت: مشارکت حداقل ۱۰۰ نفر از اهالی محلی در هر کارگاه

۲. راه اندازی برند اجتماعی "هرسین نگار"

✓ اقدام: طراحی و ثبت برند برای صنایع دستی محلی (گلیم هرسین و...)

✓ ذی نفعان: شورای اسلامی شهر هرسین و اتاق اصناف

✓ شاخص: ثبت ۲۰ هنرمند صنایع دستی در سامانه برند در سه ماه اول

۳. ایجاد شبکه کافه های اجتماعی "طعم هرسین"

✓ اقدام: راه اندازی ۵ کافه با منوی محصولات ارگانیک محلی

✓ ذی نفعان: سرمایه گذاران خصوصی با نظارت اتاق اصناف

✓ شاخص: اختصاص ۱۵٪ از سود به آموزش حفاظت از محیط زیست

۴. پویش مردمی "#هرسین پاک":

✓ اقدام: کاشت نهال بلوط با مشارکت مدارس

✓ ذی نفعان: اداره های آموزش و پرورش، محیط زیست، منابع طبیعی و آبخیزداری و

سازمان های مردم نهاد محلی

✓ شاخص: کاشت ۵۰۰۰ نهال بلوط

۵. راه اندازی سامانه ثبت ایده های نوآورانه:

✓ اقدام: ایجاد یک پلتفرم آنلاین برای جمع آوری ایده های کسب و کارهای اجتماعی

در حوزه گردشگری

✓ ذی نفعان: شورای شهر و کارآفرینان محلی

✓ شاخص موفقیت: ثبت ۵۰ ایده کاربردی در ماه

۶. برگزاری جشنواره فصلی "فرهنگ های هرسین"

- ✓ اقدام: سازماندهی ۴ جشنواره در سال با محوریت موسیقی لکی و غذاهای سنتی شهرستان
- ✓ ذی نفعان: اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی، میراث فرهنگی و شهرداری هرسین
- ✓ شاخص: جذب حداقل ۵۰۰۰ بازدید کننده در هر دوره

(ب) پیشنهادات میان مدت (اجرا در ۶-۱۲ ماه)

۱. توسعه اکوسیستم کارآفرینی اجتماعی:
 - ✓ اقدام: تأسیس مرکز رشد کارآفرینی اجتماعی با تمرکز بر پروژه‌های گردشگری پایدار.
 - ✓ ذی نفعان: دانشگاه‌های آزاد و پیام نور هرسین، اتاق اصناف شهرستان، سرمایه گذاران و بخش خصوصی
 - ✓ شاخص موفقیت: راه اندازی ۱۰ استارت‌آپ در حوزه گردشگری پایدار طی یکسال.
۲. طرح تشویق ریسک پذیری در کسب و کارها:
 - ✓ اقدام: ارائه تسهیلات کم بهره به کسب و کارهای نوآورانه و پیشرو در زمینه صنایع دستی و گردشگری.
 - ✓ ذی نفعان: بانک‌ها و صندوق‌های قرض الحسنه محلی
 - ✓ شاخص موفقیت: اعطای وام به ۳۰ پروژه در سال اول

(ج) پیشنهادات بلندمدت (اجرا بیش از یکسال):

۱. ایجاد برند گردشگری پایدار هرسین:
 - ✓ اقدام: توسعه یک برند مبتنی بر جاذبه‌های تاریخی و طبیعی با محوریت کارآفرینی اجتماعی.
 - ✓ ذی نفعان: اداره میراث فرهنگی و اتاق اصناف شهرستان
 - ✓ شاخص موفقیت: افزایش ۳۰ درصدی گردشگران طی ۳ سال.
۲. تدوین سند راهبردی گردشگری پایدار:
 - ✓ اقدام: تشکیل کمیته‌ای متشکل از ذی نفعان برای تدوین سند ۱۰ ساله توسعه گردشگری با محوریت کارآفرینی اجتماعی
 - ✓ ذی نفعان: استانداری، مراکز دانشگاه‌های و سازمان‌های مردم نهاد.

✓ شاخص موفقیت: تصویب سند در شورای برنامه‌ریزی استان

پایه‌سازی این پیشنهادات باتوجه به توانمندی‌های منحصربه‌فرد شهرستان هرسین (نظیر جاذبه‌های تاریخی، صنایع دستی و نیروی انسانی جوان) می‌تواند به تقویت کارآفرینی اجتماعی فردی و تحقق گردشگری پایدار منجر شود. موفقیت این برنامه‌ها در گرو همکاری همه جانبه نهادهای دولتی، خصوصی و جامعه محلی است.

در ادامه به دلیل کمبود پژوهش‌ها در زمینه کارآفرینی اجتماعی فردی، باید از روش‌های پژوهشی کیفی به منظور تحولات بیشتر در این حوزه مطالعاتی استفاده گردد. یکی دیگر از محدودیت‌های این پژوهش، حجم نمونه آن است که به قدر کافی بزرگ نیست تا بتوانیم به نتایج پژوهشی معتبر دست یابیم. این امر ممکن است تعمیم‌پذیری نتایج را محدود کند. باتوجه به اینکه در این پژوهش از روش کمی استفاده شده است. به منظور اینکه بتوان از دیدگاه‌های عمیق انسانی و هم‌داده‌های دقیق عددی استفاده شود پیشنهاد می‌گردد از روش‌های ترکیبی شامل طرح متوالی، همزمان یا چندسطحی به منظور دستیابی به نتایجی جامع‌تر و معتبرتر استفاده شود. روش‌های ترکیبی به محقق امکان می‌دهند که ضعف‌های هر روش با استفاده از روش دیگر را پوشش دهد. برای مثال ترکیب مضامین‌های عمیق (کیفی) با تحلیل آماری پاسخ‌ها (کمی) می‌تواند درک جامعی از رفتارها و نگرش‌ها ارائه دهد. همچنین به دلیل اینکه پژوهش در یک مقطع از زمان انجام شده به منظور مطالعه مسئله پژوهش و اندازه‌گیری تغییرات پیشنهاد می‌گردد به صورت طولی در باز زمانی و در جامعه بزرگ‌تری مانند سطح استان یا کشور صورت گیرد. در نهایت پژوهش‌های آتی می‌تواند بر ارتباط بین کارآفرینی اجتماعی و گردشگری در سایر حوزه‌های گردشگری مانند سلامت، ورزشی، روستایی، بوم‌گردی و... صورت گیرد. کارایی اقتصادی کارآفرینی اجتماعی بر گردشگری، محدودیت‌های استارت‌آپ‌های حوزه کارآفرینی اجتماعی در توسعه گردشگری، اثرات یارانه‌ها و کمک‌های دولتی بر گردشگری پایدار و در نهایت می‌توان یک مطالعه طولی برای پایش و ارزیابی متغیرهای که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است صورت گیرد.

تعارض منافع

تعارض منافع وجود ندارد.

ORCID

Saeed bakhshi  <http://orcid.org/0000-0002-3372-0376>

Nader Naderi  <http://orcid.org/0000-0002-3346-7032>

منابع

- آینه، معصومه، نادری، نادر و خسروی، احسان. (۱۴۰۴). ارائه الگوی کارآفرینی اجتماعی در گردشگری روستایی (مورد مطالعه: روستای پیران شهرستان سرپل ذهاب)، *روستا و توسعه*، ۲۷ (۴)، ۱۹-۱۵۵. [doi:10.30490/rvt.2025.367372.1643](https://doi.org/10.30490/rvt.2025.367372.1643)
- آندرواز، لیلا و اصلانی، ندا. (۱۴۰۲). نقش سرمایه اجتماعی بر توسعه صنعت گردشگری و شهری در استان مازندران، *پژوه‌های جغرافیای انسانی*، ۵۵ (۳)، ۱۶۸-۱۵۵. [doi:10.22059/jhgr.2022.323222.1008294](https://doi.org/10.22059/jhgr.2022.323222.1008294)
- بخشی جوزم، هدرا و نصرالهی، زهرا. (۱۴۰۱). بررسی رابطه بین نوآوری، کارآفرینی و توسعه پایدار: یک مطالعه استانی، *تحلیل‌های اقتصادی توسعه ایران*، ۸ (۲)، ۲۵۶-۲۳۱. [doi:10.22051/ieda.2023.40164.1323](https://doi.org/10.22051/ieda.2023.40164.1323)
- ترابی فارسانی، ندا، حکمت، مرضیه، صادقی‌شاهدانی، حسین، داوودیان‌دهکردی، آیدا (۱۴۰۲). تبیین نقش مشارکت سازمان‌های مردم‌نهاد و موزه‌ها در فرایند ترویج گردشگری پایدار. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۸ (۶۳)، ۴۰-۷. <https://doi.org/10.22054/tms.2023.75004.2859>
- جباری، گلنوش، ایمانی خوشخو، محمدحسین، باصولی، مهدی و اسعدی، میرمحمد (۱۴۰۴). الگوی تاب‌آوری ذی‌نفعان صنعت گردشگری با تکیه بر ظرفیت‌های اجتماعی و فرهنگی استان‌های منتخب گردشگری ایران، *مجله گردشگری شهری*، ۱۲ (۱)، ۶۰-۳۹. <http://doi.org/10.22059/JUT.2024.367897.1167>
- حبیبی، محمد، معظمی، مجتبی و هاشمی، محمود. (۱۴۰۰). بررسی میزان تأثیر جهت‌گیری کارآفرینی اجتماعی بر نوآوری اجتماعی (کارآفرینان شهر تهران)، *فصلنامه مدیریت کسب و کار*، ۶۷، ۴۹۴-۵۱۴. [doi:10.22520/104.1399.12.47.23.2](https://doi.org/10.22520/104.1399.12.47.23.2)
- خزایی‌پول، مرتضی، فراهانی، بنفشه و ایزدی‌نیا، معصومه. (۱۴۰۲). ارزیابی اثرات گردشگری خلاق بر جذب گردشگر و توسعه اقتصادی مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستای پیوه‌ژن بخش احمدآباد شهرستان مشهد، *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۱۲ (۴۳)، ۱۱۴-۹۵. [doi:10.22059/eme.2025.11959.1160](https://doi.org/10.22059/eme.2025.11959.1160)
- ده‌یادگاری، سعید، طاهری‌نیا، سحر، کاظمی، مهدی و پورجوپاری، زهرا. (۱۴۰۴). تأثیر گرایش به کارآفرینی و مشارکت جامعه بر توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی در شهر کرمان، *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۴ (۱)، ۴۸-۲۹. [doi:10.22126/eme.2025.11959.1160](https://doi.org/10.22126/eme.2025.11959.1160)

- دوزنده ضیابری، فاطمه، فلاح تفتی، حامد، اسعدی، میرمحمد و باصولی، مهدی. (۱۴۰۳). ارائه الگوی کارآفرینی اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی در روستاهای هدف گردشگری استان گیلان، فصلنامه ارزش آفرینی در مدیریت کسب و کار، ۴(۴)، ۱-۲۳. [doi:10.22034/jvcbm.2024.453278.1360](https://doi.org/10.22034/jvcbm.2024.453278.1360)
- رضایی مقدم، علی، مشکینی، ابوالضل، رکن الدین افتخاری، عبدالضا. (۱۳۹۸). اولویت بندی ذی- نفعان گردشگری مذهبی کلان شهر مشهد، گردشگری شهری، ۶(۴)، ۱۲۹-۱۴۳. [doi:10.22059/jut.2020.244833.402](https://doi.org/10.22059/jut.2020.244833.402)
- رفیعی، پویا، منشی زاده، رحمت اله و مریدسادات، پگاه. (۱۴۰۱). تبیین تأثیر شاخص های سرمایه اجتماعی اهالی محلی بر کارآفرینی گردشگری روستایی (مطالعه موردی: محور گردشگری سلطانیه- غار کتله خور)، پژوهش های دانش زمین، ۱۳ (۳)، ۱۳۹-۱۵۸. [doi:10.48308/esrj.2022.101330](https://doi.org/10.48308/esrj.2022.101330)
- زارع، رحیم. (۱۴۰۴). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری روستایی در مقاصد گردشگری پذیر، مطالعات اجتماعی گردشگری، ۱۳ (۲۹)، ۱-۲۶.
- سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان کرمانشاه. (۱۴۰۳). سالنامه آماری استان کرمانشاه، معاونت آمار و اطلاعات.
- شکوری، مصطفی، بیک بابایی، بشیر و نوروزی ثانی، پرویز. (۱۴۰۰). تبیین عوامل مؤثر بر دیدگاه ذی نفعان به وضعیت پایداری توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی: کلانشهر تبریز)، برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۱۰ (۳۷)، ۲۸۳-۳۰۷. [doi:10.22080/jtpd.2020.18096.3216](https://doi.org/10.22080/jtpd.2020.18096.3216)
- محمودی، سمیرا، جهانیان، منوچهر، پورطاهری، مهدی. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر کارآفرینی اجتماعی بر توسعه اقتصادی با تأکید بر نقش میانجی گردشگری روستایی (مورد مطالعه: استان خراسان شمالی)، برنامه ریزی توسعه گردشگری، ۱۱ (۴۲)، ۱۳۹-۱۶۴. [doi:10.22080/jtpd.2023.23418.3687](https://doi.org/10.22080/jtpd.2023.23418.3687)
- عادل فر، باقرعلی و اسماعیلی، پوریا (۱۳۹۵). هرسین در آینده ی تاریخ باستان، پژوهشنامه تاریخ، ۱۱ (۴۳)، ۳۹-۶۰. magiran.com/p1651540
- غلامرضائی، داود و حق پرست کنارسری، نرجس (۱۴۰۳). طراحی مدل کوچینگ توسعه گردشگری پایدار در نظام آموزش و پرورش (مورد مطالعه: استان گیلان)، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۹ (۶۶)، ۱۰۷-۱۴۶. [doi:10.22054/tms.2024.78228.2919](https://doi.org/10.22054/tms.2024.78228.2919)
- فضلی، نفیسه، رکن الدین افتخاری، عبدالرضا و پورطاهری، مهدی. (۱۴۰۰). تحلیل ادراک ذی نفعان از مسئولیت اجتماعی مجتمع های گردشگری مطالعه موردی: مجتمع های گردشگری روستایی استان تهران، گردشگری و توسعه، ۱۰ (۱)، ۳۳-۴۴.

فلاح تفتی، حامد، دوزنده ضیابری، فاطمه و نبیل، اصغر. (۱۴۰۲). تحول معیارهای کارآفرینی اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی استان گیلان، فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، ۱۱ (۲۲)، ۳۴۰-۳۰۹. [doi:10.52547/journalitor.35766.11.22.309](https://doi.org/10.52547/journalitor.35766.11.22.309)

قادری، اسماعیل، کروب، مهدی، محمودزاده، سیدمجتبی و منصوری، احمد. (۱۴۰۳). طراحی مدل کارآفرینی اجتماعی در صنعت گردشگری با تأکید بر کارآفرینی معلولان، گردشگری و توسعه، ۱۳ (۲)، ۲۳-۱. [doi:10.22034/jtd.2023.388136.2749](https://doi.org/10.22034/jtd.2023.388136.2749)

لاریجانی، نرگس، شفیعی، مرتضی و نجفی، سیداسماعیل. (۱۴۰۲). شناسایی استراتژی‌های فرهنگی مراکز بومگردی استان مازندران با رویکردی بر تحلیل مضمون، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۸ (۶۴)، ۲۱۶-۱۹۱.

<https://doi.org/10.22054/tms.2023.73963.2847>

موحد، علی، جاودان، مجتبی، غنی‌پور نفرشی، مرضیه. (۱۳۹۹). تحلیل ادراک ذینفعان از پایداری اثرات گردشگری در شهر لاهیجان، فصلنامه گردشگری شهری، ۱ (۷)، ۱-۱۵.

[doi:10.22059/jut.2020.290588.733](https://doi.org/10.22059/jut.2020.290588.733)

هاشمی، سیدحامد و پورفاسم، حسین. (۱۴۰۴). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر رشد گردشگری از طریق نقش میانجی نوآوری باز (مورد مطالعه: شهرداری شهرستان خمam)، گردشگری و اوقات فراغت، ۱۰ (۱۹)، ۲۷۳-۲۹۵. [doi:10.22133/tlj.2025.474775.1214](https://doi.org/10.22133/tlj.2025.474775.1214)

یوسف‌جمالی، سوزان، متولی، صدرالدین، ملک‌شاهی، غلامرضا و رحیمی، آریتا. (۱۴۰۱). تحلیل درک ذینفعان از گردشگری شهرهای ساحلی به منظور توسعه پایدار شهری مطالعه موردی شهر بابلسر، نشریه گردشگری شهری، ۹ (۲)، ۷۳-۷۳.

[doi:10.22059/jut.2022.338755.86](https://doi.org/10.22059/jut.2022.338755.86)

References

- Astawa, I. P., Pratama, S. P. E., & Ardina, C. (2023). The Concept of Sustainable Tourism Implementation Based on Environmental Management Accounting on Tourist Villages in Bali. *At the International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2021 (iCAST-SS, 2021)* (pp. 854- 859). Atlantis Press [doi:10.2991/assehr.k.220301.140](https://doi.org/10.2991/assehr.k.220301.140)
- Arbuckle, J. L. (2021). IBM SPSS Amos 26 user's guide. Amos development corporation, SPSS Inc, 11(2), 1-680.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Atchadé, A. J., Kanda, M., Folega, F., Atela, J., Dourma, M., Wala, K., & Akpagana, K. (2023). Urban ecosystem services and determinants of stakeholders' perception for sustainable cities planning in Cotonou (Benin). *Sustainability*, 15(12), 1-13, 9424. <https://doi.org/10.3390/su15129424>

- Aquino, R. S., Lück, M., & Schänzel, H. A. (2018). A conceptual framework of tourism social entrepreneurship for sustainable community development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 23-32. [doi:10.1016/j.jhtm.2018.09.001](https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.09.001).
- Adro, F. D., & Fernandes, C. (2022). Social entrepreneurship and social innovation: Looking inside the box and moving out of it. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 35(4), 704-730. <https://doi.org/10.1080/13511610.2020.1870441>
- Benalla, O., & El Halaissi, M. (2025). Exploring social entrepreneurship dynamics in sustainable tourism: A case study of Morocco's Al Haouz Province. *Social Entrepreneurship Review*, 1, 129-140. [doi:10.15678/SER.2025.1.09](https://doi.org/10.15678/SER.2025.1.09)
- Bernardus, D., Murwani, F. D., Ardyan, E., Padmawidjaja, L., Aji, I. D. K., Jatipewira, S. Y., ... & Hermanto, Y. B. (2020). Which psychological characteristics strengthen "The entrepreneurial intention-action relationship"? An extension of the theory of planned behavior. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1823579. [doi:10.36941/iesr-2023-0010](https://doi.org/10.36941/iesr-2023-0010)
- Boom, S., Weijschede, J., Melissen, F., Koens, K., & Mayer, I. (2020). Identifying stakeholder perspectives and worldviews on sustainable urban tourism development using a Q-sort methodology. *Current Issues in Tourism*, 24(4), 520-535. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1722076>
- Cárdenas, D. A., Byrd, E. T., & Duffy, L. N. (2015). An exploratory study of community awareness of impacts and agreement to sustainable tourism development principles. *Tourism and Hospitality Research*, 15(4), 254-266. <https://doi.org/10.1177/1467358415580359>
- Dube, K. (2020). TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS IN THE AFRICAN CONTEXT. *International Journal of Economics and Finance Studies*, 12(1), 88-102. <https://doi.org/10.34109/ijefs.202012106>
- Dias, Á., Hallak, R., & Patuleia, M. (2025). Entrepreneurial passion: A key driver of social innovations for tourism firms. *Entrepreneurship Research Journal*, 15(1), 65-89. [doi:10.1515/erj-2023-0455](https://doi.org/10.1515/erj-2023-0455)
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*, Pitman Publishing Inc. <https://www.worldcat.org/title/9685996>
- Galindo-Martín, M.-A., Castaño-Martínez, M.-S., & Méndez-Picazo, M.-T. (2020). The Relationship between Green Innovation, Social Entrepreneurship, and Sustainable Development. *Sustainability*, 12(11), 4467. <https://doi.org/10.3390/su12114467>
- Gillefalk, M., Neumann, F., Bucker, M., & Özgen-Xian, I. (2023). *Darwinian approaches for the Urban Critical Zone—A case study in the city of Braunschweig, Lower Saxony, Germany* (No. EGU23-7816). Copernicus Meetings. [doi:10.5194/egusphere-egu23-7816](https://doi.org/10.5194/egusphere-egu23-7816)
- Hernández-Martín, R., Padrón-Fumero, N., & Padrón-Ávila, H. (2025). The local turn in tourism statistics within the statistical framework for measuring the sustainability of tourism 2024. *Sustainability*, 17(4), 1430. <https://doi.org/10.3390/su17041430>

- Hall, J. K., Daneke, G. A., & Lenox, M. J. (2010). Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions. *Journal of business venturing*, 25(5), 439-448. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.01.002>
- Hariato, E., Bernardus, D., Murwani, F. D., Jatiwihaha, M. P., Jatipewira, S. Y., & Effendi, L. V. (2024). Which Individual Characteristics Mediate the Relationship Between Social Entrepreneurial Passion and Social Entrepreneurial Intention?. *Journal of Ecohumanism*, 3(7), 3162-3175. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i7.4459>
- Hockerts, K. (2017). Determinants of Social Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105-130. <https://doi.org/10.1111/etap.12171>
- Jatipewira, Y. (2025). Does Social Entrepreneurial Orientation Drive Pro-Social Behavior and Social Entrepreneurial Intention?. In *Proceedings of the 6th International Conference on Education and Social Sciences (ICESS 2024)* (Vol. 921, p. 37). Springer Nature.
- Kannampuzha, M. and Hockerts, K. (2019), "Organizational social entrepreneurship: scale development and validation", *Social Enterprise Journal*, 15(3), pp. 290-319. <https://doi.org/10.1108/SEJ-06-2018-0047>
- Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford publications.
- Kurjono, K., Lubis, A. R., & Katiah, K. (2024). Social Entrepreneurship Intention in the Perspective of Innovation, Risk Taking, and Entrepreneurial Attitude. In *Proceedings of the 8th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2023)* (Vol. 288, p. 312). Springer Nature.
- Lorenzo-Afable, D., Lips-Wiersma, M., & Singh, S. (2025). A narrative synthesis of the empirical literature on social value creation in social entrepreneurship: gaps and opportunities for future research and action. *Journal of Social Entrepreneurship*, 16(2), 503-534. <https://doi.org/10.1080/19420676.2023.2195868>
- McNeish, D., & Wolf, M. G. (2023). Dynamic fit index cutoffs for confirmatory factor analysis models. *Psychological Methods*, 28(1), 61-88. <https://doi.org/10.1037/met0000425>
- Nugraha, U., Yuliawan, E., & Mardian, R. (2022). Determinants of community participation in the development of sports tourism in the area of Sipin Lake Jambi City. *Journal Sport Area*, 7(1), 33-46. [doi:10.25299/sportarea.2022.vol7\(1\).7308](https://doi.org/10.25299/sportarea.2022.vol7(1).7308)
- Naveed, M., Zia, M.Q., Younis, S. and Shah, Z.A. (2021), "Relationship of individual social entrepreneurial orientations and intentions: role of social entrepreneurship education", *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 15(1), 39-50. <https://doi.org/10.1108/APJIE-07-2020-0118>
- Prayitno, G., Auliah, A., Ari, I. R. D., Effendi, A., Hayat, A., Delisa, A., ... & Hiddlestone-Mumford, J. (2024). Social capital for sustainable tourism development in Indonesia. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2293310. [doi:10.1080/23311886.2023.2293310](https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2293310)

- Satar, M. S., & Natasha, S. (2019). Individual social entrepreneurship orientation: towards development of a measurement scale. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 49-72. <https://doi.org/10.1108/APJIE-09-2018-0052>
- Sulaiman, E., Fitralisma, G., Fata, M. A., & Nawawi, R. (2024). Empowering local communities engagement: Rural tourism and business innovation for SDGs desa. *Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship*, 5(1), 31-44.
- Salahi Kojour, A., & Kialashaki, H. (2023). Innovative development of sustainable tourism and entrepreneurship through sports events. *Applied Research in Sport Management*, 12(1), 25- 37.
- Terzieva, L., & Schmitz, S. (2024). Tourism Resilience Through Social Entrepreneurship and Collaborative Processes. *Godishnik na UNSS*, (1), 117-127.
- Turyakira, P., Sendawula, K., Nanyanzi, M., Nantale, H., & Tamale, J. N. (2025). Social entrepreneurship: empirical evidence on its contribution to the realization of the sustainable development goals in Uganda. *Journal of Work-Applied Management*, 17(1), 160-172.
- Van Tuyen, T., Uy, T. C., Le Phi Khanh, H., Phuong, L. T. H., Ha, H. D., Nga, L. T. T., & Dung, T. Q. (2023). Community-based tourism as social entrepreneurship promoting sustainable development in coastal communities: a study in Thua Thien Hue province, Central Vietnam. *Maritime Studies*, 22(1), 8. [doi:10.1007/s40152-023-00293-6](https://doi.org/10.1007/s40152-023-00293-6)
- Vrana, V. (2023). Sustainable Tourism Development and Innovation: Recent Advances and Challenges. *Sustainability*, 15(9), 7224. [doi:10.3390/su15097224](https://doi.org/10.3390/su15097224)
- Wang, Y. A., & Rhemtulla, M. (2021). Power analysis for parameter estimation in structural equation modeling: A discussion and tutorial. *Advances in Methods and Practices in Psychological Science*, 4(1), 1-17. <https://doi.org/10.1177/2515245920918253>

References [In Persian]

- Ayeneh, M., Naderi, N. and Khosravi, E. (2025). Investigating Presentation of a Social Entrepreneurship Model in Rural Tourism (Case Study: Piran Village in Sarpol-e Zahab County). *Village and Development*, 27(4), 155-190. [doi:10.30490/rvt.2025.367372.1643](https://doi.org/10.30490/rvt.2025.367372.1643)
- Andervazh, L. and Aslani, N. (2023). The role of entrepreneurial capital on the development of tourism and urban industry in Mazandaran province. *Human Geography Research*, 55(3), 155-168. [doi:10.22059/jhgr.2022.323222.1008294](https://doi.org/10.22059/jhgr.2022.323222.1008294)
- Adelfar, bagher & Esmaeli, poorya. (2016). Investigation of history Harsin in Era Ancient, *Scientific Journal of History*, 11(43), 39-60. magiran.com/p1651540.
- Bakhshi Jozam, O. and Nasrollahi, Z. (2022). The Relationship between Innovation, Entrepreneurship and Sustainable Development: A Provincial Study. *Iranian Economic Development Analyses*, 8(2), 231-256. [doi:10.22051/ieda.2023.40164.1323](https://doi.org/10.22051/ieda.2023.40164.1323).

- Dehyadegari, S., Taherinia, S., Kazemi, M., & Pourjoupari, Z. (2025). The Impact of Entrepreneurial Orientation and Community Participation on Sustainable Tourism Development through Sporting Events in Kerman City. *Education and Management of Entrepreneurship*, 4(1), 29-48. [doi:10.22126/eme.2025.11959.1160](https://doi.org/10.22126/eme.2025.11959.1160)
- Doozandeh Ziabari, F., fallah tafti, H., Asadi, M. M. and Basouli, M. (2025). Presenting the model of social entrepreneurship in the development of rural tourism in the target villages of Gilan province. *Journal of value creating in Business Management*, 4(4), 1-23. [doi:10.22034/jvcbm.2024.453278.1360](https://doi.org/10.22034/jvcbm.2024.453278.1360)
- fazli, N., eftekhari, A. and portahery, Mehdi (2021). The Analysis of Stakeholders Perception of Ecolodges Social Responsibility. *Journal of Tourism and Development*, 10(1), 33-44. [doi:10.22034/jtd.2019.174595.1672](https://doi.org/10.22034/jtd.2019.174595.1672)
- Fallah Tafti, Hamed, Doozandehziabary, Fatemeh & Nabil, Asghar. (2023). Assessing Social Entrepreneurship Criteria in Rural Tourism Development: A Case Study of Gilan Province, Iran, *Journal of Social Studies in Tourism*, 11(22), 309-340. [doi:10.52547/journalitor.35766.11.22.309](https://doi.org/10.52547/journalitor.35766.11.22.309)
- Ghaderi, E., Karoubi, M., Mahmoudzadeh, S. M. and Mansouri, A. (2024). Designing A Social Entrepreneurship Model in The Tourism Industry Emphasizing The Entrepreneurship Of The Disabled. *Journal of Tourism and Development*, 13(2), 1-23. [doi:10.22034/jtd.2023.388136.2749](https://doi.org/10.22034/jtd.2023.388136.2749)
- Gholamrezaei, D. and Haghparast kenarsari, N. (2024). Designing a coaching model for the development of sustainable tourism in the education system. case study: Guilan province. *Tourism Management Studies*, 19(66), 107-146. [doi:10.22054/tms.2024.78228.2919](https://doi.org/10.22054/tms.2024.78228.2919)
- Habibi, M., Moazami, M. & Hashemi, M. (2021). Investigating the impact of social entrepreneurship orientation on social innovation (Entrepreneurs in Tehran). *Business Management Quarterly*, 47, 494-514. [doi:10.1001.1.22520104.1399.12.47.23.2](https://doi.org/10.1001.1.22520104.1399.12.47.23.2)
- Hashemi, S. H. and Poorghasem, H. (2025). Open Innovation the Impact of Social Capital on Tourism Growth Through the Mediating Role of Open Innovation (Case study: The municipality of Khomam County). *Tourism and Leisure Time*, 10(19), 273-295. [doi:10.22133/tlj.2025.474775.1214](https://doi.org/10.22133/tlj.2025.474775.1214)
- Jabbari, G., Imani Khoshkhoo, M. H., Basouli, M., & Asadi, M. M. (2025). Resilience Model of Tourism Industry Stakeholders relying on Socio-cultural capacities: A case study of selected tourism provinces of Iran. *Journal of Urban Tourism*, 12 (1), 39-60. <http://doi.org/10.22059/JUT.2024.367897.1167>
- Khazaipol M, Farahani B, Izadinia M. (2023). Evaluating the effects of creative tourism components on economic development and attracting tourists in rural areas (case study: Pivehjan village, Ahmedabad district, Mashhad county). 12 (43), 95-114. [Doi:10.1001.1.23222131.1402.12.43.6.4](https://doi.org/10.1001.1.23222131.1402.12.43.6.4)

- Larijani, N., Shafiee, M. and Najafi, S. I. (2023). Identification of cultural strategies of ecotourism centers in Mazandaran province with an approach based on theme analysis. *Tourism Management Studies*, 18(64), 191-216. [doi:10.22054/tms.2023.73963.2847](https://doi.org/10.22054/tms.2023.73963.2847)
- Management and Planning Organization of Kermanshah. (2024). *Kermanshah Province Statistical Annals 2024*, Deputy for Statistics and Information
- mohammadi, S., Jahanian, M., & Pur Taheri, M. (2022). Examining the impact of social entrepreneurship on economic development, emphasizing the role of rural tourism as a mediator (Case study: North Khorasan Province). *Journal of Tourism Planning and Development*, 11(42), 139-164. [doi:10.22080/jtpd.2023.23418.3687](https://doi.org/10.22080/jtpd.2023.23418.3687).
- Movahed, A., Javdan, M. and Ghanipour, M. (2020). Analysis of Stakeholders' Perceptions of Tourism Impacts Sustainability in Lahijan. *urban tourism*, 7(1), 1-15. [doi:10.22059/jut.2020.290588.733](https://doi.org/10.22059/jut.2020.290588.733).
- Rezaee, A., Meshkini, A. and Roknidin Eftekhari, A. (2020). Presenting the model of religious tourism Stakeholders in Mashhad. *urban tourism*, 6(4), 129-143. [doi:10.22059/jut.2020.244833.402](https://doi.org/10.22059/jut.2020.244833.402).
- Rafiei, S., monshizadeh, R. and moridsadat, P. (2022). Explaining the effect of social capital indicators of local residents on rural tourism entrepreneurship (Case study: Soltanieh tourism center - Katlekhore cave). *Researches in Earth Sciences*, 13(3), 139-158. [doi:10.48308/esrj.2022.101330](https://doi.org/10.48308/esrj.2022.101330)
- Shakori, M., Beygbabaye, B., & Naorozisani, P. (2021). Explaining Factors Affecting Stakeholders' Perspectives on Sustainable of Urban Tourism Development (Case Study: Tabriz Metropolis). *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(37), 283-307. [doi:10.22080/jtpd.2020.18096.3216](https://doi.org/10.22080/jtpd.2020.18096.3216)
- Torabi Farsani, N., Hekmat, M., Sadeghi Shahdani, H. and Davoudian Dehkordi, A. (2023). Clarifying the role of Participation of NGOs and Museums in the Process of Promoting Sustainable Tourism. *Tourism Management Studies*, 18(63), 7-40. [doi:10.22054/tms.2023.75004.2859](https://doi.org/10.22054/tms.2023.75004.2859)
- Yousef Jamali, S., Motevalli, S., Malekshahi, G. and rajabi, A. (2022). Stakeholder perception analysis of coastal cities tourism for sustainable urban development Case study of Babolsar city. *urban tourism*, 9(2), 73-86. [doi:10.22059/jut.2022.338755.1012](https://doi.org/10.22059/jut.2022.338755.1012).
- zaree, R. (2025). The Interaction and Linking of Social Capital and Sustainable Development of Rural Tourism in Touristic Destinations Using the VICE Model. *Social Studies in Tourism*, 13(29), 1-26.