

Analyzing effective strategic advantages in rural tourism entrepreneurship (Case study: tourist villages of Ardabil province)

Hossein Karimzadeh ^{1✉}, Hamdollah Sojasi Qeidar ², Robab Naghizadeh ³

1. Corresponding Author ,Department Geography and rural Planning, Faculty of Planning and Environmental Sciences, Tabriz University, Tabriz, Iran.. E-mail: Karimzadeh10@gmail.com
2. Department Geography, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University, Mashhad, Iran. E-mail: ssojasi@yahoo.com
3. Department Geography and rural Planning, Faculty of Planning and Environmental Sciences, Tabriz University, Tabriz, Iran. E-mail: R.naghizadeh71@gmail.com

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	Objective: Rural tourism entrepreneurship is considered a strategic approach to the transition to a sustainable community, and the desire for rural tourism entrepreneurship is reflected via each rural's unique features and abilities. This paper aims to determine the essential aspects of rural tourism entrepreneurship based on strategic advantages in connection with tourist villages of Ardabil province.
Article history: Received :11 March 2024 Received : 6 May 2024 Accepted: 3 June 2024 Published :22 August 2025	Methods: In this research, 15 tourism villages of Ardabil province, selected by the Organization of Cultural Heritage, Handicrafts, and Tourism, are the study areas. Random sampling has been used to select households in the tourism villages. In this sampling, people in the community are given an equal chance to be selected in the sample. The required data were collected through a questionnaire survey. The statistical analysis was performed using the SPSS and Structural Equation Modeling (SEM) designed with Lisrel software.
Keywords: Ardabil province, Entrepreneurship, Rural tourism, Strategic advantage.	Results: The results indicate that, the variable "acceptance of new ideas and values" in the "flexibility" index, the variable "access to amenities (water, electricity, gas...)" in the index of "energy" and the variable "ability to transfer one's expertise and skills to others such as children, friends or acquaintances" in the index of "expertise and skill" have the first to third ranks according to the respondents. Finally, this study provides new ways to launch rural entrepreneurship related to tourism based on strategic advantages. Conclusions: in this study all dimensions (economic, social, cultural, physical, Individual, and environmental) of strategic advantages are significant.
Cite this article: Karimzadeh, H., Sojasi Qeidar, H., & Naghizadeh, R. (2025). Analyzing effective strategic advantages in rural tourism entrepreneurship) Case study: tourist villages of Ardabil province(<i>Journal of Geography and Planning</i> , 30 (92), 275-297. http://doi.org/10.22034/gp.2024.60508.3236	
 © The Author(s). DOI: http://doi.org/10.22034/gp.2024.60508.3236 Publisher: University of Tabriz.	

Introduction

Part of the entrepreneurial process includes searching and systematic analysis of opportunities that can innovate. So, the creativity of villages can be considered an exploitable opportunity. Finally, the creative characteristics of villages can be investigated as the Strategic advantage of villages. Because strategic advantage is one of the factors of entrepreneurship development, researchers have considered it a type of source necessary to promote and be successful in function. Strategic advantage" are the resources that have a significant impact on the likelihood of future success. These advantages are sources of current and future success over other providers of similar products. Indeed, entrepreneurship based on strategic advantages is considered an entrepreneurial activity with a strategic vision to obtain development and carrying out strategic entrepreneurship dimensions activities, designed to obtain wealth. Considering the strategic feature, entrepreneurship will attract simultaneous efforts to use competitive advantage and identify innovations as a foundation for future competitive advantage. Strategic components provide the fields of sustainable competitive advantage. In past research, various options were introduced as dimensions of strategic entrepreneurship. Covin and Slevin (1991), introduced the entrepreneurial strategic situation and attitude as strategic entrepreneurial dimensions. Lumpkin and Dess (1996) proposed risk-taking and entrepreneurial tendencies as dimensions of strategic entrepreneurship. Meyer et al (2000) identified opportunities, innovation, risk-taking, flexibility, attitude, and growth as dimensions of strategic entrepreneurship. Ireland and Webb (2007) introduced entrepreneurial mentality, entrepreneurial culture, entrepreneurial leadership, strategic management of resources, and the use of creativity and innovation as dimensions of strategic entrepreneurship. Tourism entrepreneurship is a new strategy in the development of tourism villages in the region, due to the nature of job creation and high-income generation can be a solution to solve the economic problems of the villagers through productive employment and temporary employment. It should be especially for women and the unemployed and make it easier to stay in the village.

Materials and Methods

This research is based on a goal as practical and the nature as descriptive and analytical nature Information and details are provided by using library and field resources and Researcher made questionnaires. This research was conducted in 2023. The study's statistical population includes 363 villagers living in tourism villages in Ardabil province. The questionnaire was used to collect information. Therefore, a questionnaire was provided to the respondents in two parts. The first section gathers information on the resident's socio-demographics. The second part of the questionnaire includes questions about the Investigating effective strategic advantages in rural tourism entrepreneurship coming up with 40 questions. This study uses a five-point scale: (1) very poor, (2) poor, (3) fair, (4) good, and (5) very good, to measure resident perceptions of the strategic advantages of the studied area. After the above process, to evaluate the validity of the survey instrument, handing in the questionnaire to the specialists and experts, who have ensured the content validity of the survey instrument. Thus colleagues were invited to review the questionnaire for clarity, relevance, and significance. The measurement items were enhanced and some new ones have been included thanks to comments and suggestions.

Results

The results indicate that all dimensions (economic, social, cultural, physical, Individual, and environmental) of strategic advantages are significant. In this study, the variable "acceptance of new ideas and values" in the "flexibility" index, the variable "access to amenities (water, electricity, gas...)" in the index of "energy" and the variable "ability to transfer one's expertise and skills to others such as children, friends or acquaintances" in the index of "expertise and skill" have the first to third ranks according to the respondents. Finally, this study provides new ways to launch rural entrepreneurship related to tourism based on strategic advantages.

Conclusion

investigating effective strategic advantages in entrepreneurship of tourist villages in Ardabil province based on the results of structural equations in addition to the significance of all dimensions (economic, social, cultural, physical, Individual, and environmental). For a long time, researchers have considered strategic advantages as a type of capital that is necessary for success and performance improvement. These advantages are often sources of current success and competitive future compared to other providers of similar products. if a company or country or region has a strategic advantage, it has a particular feature or method of doing things that makes it more successful than others. Analysis of strategic advantage focuses on positive points and shows what unique strengths a region has. In this research, in addition to examining the strategic advantages of tourist villages in Ardabil province in the field of tourism entrepreneurship, factors with high significance values were identified, these factors are among the unique capabilities of the region, which increases performance compared to competitors, and in a way, they can be considered competitive factors in the studied area, that the main goal of all entrepreneurs is to identify these opportunities and try to achieve them.



واکاوی مزیت‌های استراتژیک مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی

(مورد مطالعه: روستاهای گردشگری استان اردبیل)

حسین کریم‌زاده^۱، حمدااله سجاسی‌قیداری^۲، رباب نقی‌زاده^۳

۱. نویسنده مسئول، دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، برنامه‌ریزی و علوم محیطی، تبریز، تبریز، ایران. رایانامه: Karimzadeh10@gmail.com

۲. دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، ادبیات و علوم انسانی، فردوسی، مشهد، ایران رایانامه: ssojasi@yahoo.com

۳. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، برنامه‌ریزی و علوم محیطی، تبریز، تبریز، ایران. رایانامه: R.nagizadeh71@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	کارآفرینی گردشگری روستایی رویکردی راهبردی برای گذار به جامعه پایدار در نظر گرفته شده است. تمایل به کارآفرینی گردشگری روستایی از طریق ویژگی‌ها و توانایی‌های منحصر به فرد هر روستا منعکس می‌شود. این مقاله با هدف تعیین جنبه‌های ضروری کارآفرینی گردشگری روستایی بر اساس مزیت‌های استراتژیک در ارتباط با روستاهای گردشگری استان اردبیل از طریق ابزار پرسشنامه انجام شده است. نمونه آماری این پژوهش شامل ۳۶۳ نفر از ساکنین روستاهای گردشگری استان اردبیل می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شده است و در مرحله بعد سهم هر یک از روستاها از نمونه با استفاده از فرمول تناسب به دست آمده است. برای جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه‌ای در دو بخش در اختیار پاسخگویان قرار گرفت که بخش اول اطلاعاتی در مورد ویژگی‌های دموگرافیکی و اجتماعی ساکنین جمع‌آوری می‌کند و بخش دوم پرسشنامه، شامل سؤالاتی در مورد بررسی مزیت‌های استراتژیک مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با ۴۰ سؤال می‌باشد. برای بررسی مزیت‌های استراتژیک مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی، نتایج حاصل از استناد نظری به عنوان شاخص‌های عملیاتی مزیت‌های استراتژیک به صورت پرسشنامه محقق ساخته درآمده و اقدام به گردآوری داده‌ها شده است. این تحقیق بر اساس هدف کاربردی و ماهیت آن به صورت توصیفی و تحلیلی می‌باشد. تجزیه و تحلیل آماری با استفاده از نرم افزار SPSS و مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) طراحی شده با نرم افزار LISREL انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد تمامی ابعاد (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، کالبدی، انسانی و طبیعی) دارای مزیت‌های استراتژیک، معنی‌دار می‌باشد. در این مطالعه متغیر «پذیرش عقاید و ارزش‌های جدید» در شاخص «انعطاف‌پذیری»، متغیر «دسترسی به امکانات رفاهی (آب، برق، گاز و...)» در شاخص «انرژی» و متغیر «توانایی انتقال تخصص و مهارت خود به دیگران نظیر فرزندان، دوستان یا آشنایان» در شاخص «تخصص و مهارت» به عنوان مزیت‌های استراتژیک مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی رتبه‌های اول تا سوم را از دیدگاه پاسخگویان به خود اختصاص داده‌اند.
کلیدواژه‌ها: استان اردبیل، کارآفرینی، گردشگری روستایی، مزیت‌های استراتژیک.	

استناد: کریم‌زاده حسین؛ سجاسی‌قیداری، حمدااله؛ و نقی‌زاده، رباب (۱۴۰۴). واکاوی مزیت‌های استراتژیک مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی

(مورد مطالعه: روستاهای گردشگری استان اردبیل). جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۳۰ (۹۲)، ۲۷۵-۲۹۷.



<http://doi.org/10.22034/gp.2024.60508.3236>

© نویسنده‌گان.

ناشر: دانشگاه تبریز.

مقدمه

توسعه پایدار روستایی با چالش‌های زیادی چون بیکاری، فقر، بهره‌وری پایین منابع تولید، افزایش شکاف توسعه شهر و روستا، مهاجرت و تخلیه روزافزون جمعیت، تخریب و آلودگی منابع طبیعی روبروست (قدیری معصوم، غلامی، محمدزاده لاریجانی و رضایی، ۱۳۹۶: ۳۰). جهت غلبه بر این ناپایداری‌ها و بهبود اشتغال، معیشت و تاب‌آوری روستاییان، تنوع‌بخشی اقتصاد روستایی مبتنی بر فرصت‌های موجود در بخش‌های اقتصادی غیر کشاورزی نواحی روستایی تأکید شده است (قاسمی و جوان، ۱۳۹۳: ۲۴۰). شناخت و بهره‌گیری از این فرصت‌ها از یک سو در گرو وجود روستاییان توانمند، فرصت‌شناس و مخاطره‌پذیر، آشنا به ظرفیت‌ها و تقاضاهای بازار، شیوه‌های بازاریابی، الگوهای کسب و کار، درآمدزایی و به عبارتی کارآفرین و از سویی دیگر وجود محیط مساعد برای بروز رفتار کارآفرینانه است (مرید سادات، ۱۳۹۳: ۷۵). از این رو امروزه کارآفرینی که بر خلق همزمان ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی تأکید دارد و به عنوان راهبردی کلیدی برای تحقق توسعه مورد تأکید قرار گرفته است (یوسف، بوباکر و عمری^۱، ۲۰۱۸: ۲۳۵). این فرآیند در صورت فراهم بودن یک بستر کارآفرینانه، قابلیت تحقق در سطوح فضایی مختلف از جمله مناطق روستایی و فعالیت‌های متنوع اقتصادی، از جمله صنعت گردشگری و در زیر مجموعه آن گردشگری روستایی به عنوان فرصت نسبتاً جدید و رو به رشد را داشته و پایداری را به این فضاها و بخش‌های اقتصادی تزریق می‌کند (اکبری سامانی، بدری و سلمانی، ۱۳۹۲: ۳۲).

امروزه گردشگری از جمله بزرگترین و سریع‌ترین صنایع در حال رشد دنیا است که با ایجاد فرصت‌های اشتغال و ارتقای درآمد عمومی، زندگی جمعیت گسترده‌ای را تحت تأثیر خود قرار داده است (صفری علی‌اکبری و صادقی، ۱۴۰۱: ۱۲۵). این روند رو به رشد، متأثر از گستره و تنوع این صنعت، متکی بر گوناگونی فضاهایی طبیعی یا انسان‌ساخت است که خود به تنهایی قادر به خلق فرصت‌های نوآورانه بسیار برای کارآفرینی است (کلوزین^۲، ۲۰۰۷: ۸۵). توسعه انواع گردشگری از جمله اکوتوریسم، ژئوتوریسم، توریسم سلامت، توریسم روستایی، توریسم ورزشی و... مبین این امر است. در این بین توریسم روستایی نوعی از گردشگری است که در فضای روستایی به وقوع می‌پیوندد و متأثر از پتانسیل‌های آن فضا، در برگیرنده یک یا چندین نوع مختلف گردشگری است (خداپناه، ۱۴۰۱: ۱۱۸). لذا در چارچوبی کارآفرینانه، گردشگری روستایی با ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط، مبتنی بر ایده‌های خلاقانه، در زمینه‌های متعدد نظیر ارائه تسهیلات اقامتی، تورگردانی، غذا، صنایع دستی و ... بدون نیاز به تجهیزات فناورانه پیچیده و تخریب منابع طبیعی قادر به توسعه پایدار محلی است (ویلسون، فسن مایر، فسن مایر و وانیس^۳، ۲۰۰۱: ۱۳۵).

با این رویکرد، کارآفرینی گردشگری روستایی نتیجه تمایل جامعه جهانی به سمت گردشگری و بطور خاص گردشگری روستایی است. ترویج کارآفرینی در گردشگری باعث کاهش بیکاری در این بخش اقتصادی و افزایش بهره‌وری افراد، منابع و افزایش درآمد مردم جامعه می‌شود. اگر چه نباید تصور کرد که کارآفرینی گردشگری تنها راهکار اشتغال‌زایی و افزایش درآمدهای این بخش است اما با قاطعیت می‌توان گفت که بهترین و بهره‌ورترین نوع آن است (پازکی، ۱۴۰۱: ۶۲). کارآفرینان گردشگری برقرارکننده تعادل هستند؛ از یک طرف تماس مستقیم و نزدیک با جوامع محلی و آداب و سنن در منطقه گردشگری برقرار می‌کنند و از طرف دیگر ممکن است منابع محلی با کیفیت بالا را به کالا و خدمات گردشگری تبدیل کنند (روسو، کوسوربا، کوریتانو و ایساق^۴، ۲۰۱۲: ۲۴). رویکرد کارآفرینی یکی از راهبردهای مهم توسعه روستایی است که در دهه‌های اخیر برای غلبه بر مسائل اقتصادی-اجتماعی پیش روی جوامع روستایی، مورد توجه قرار گرفته است. این رویکرد که تمایل به سمت نوآوری، ریسک‌پذیری و پیش‌نگری دارد، ذاتی یک فرد یا جامعه نیست و علاوه بر آن یک رویداد شانس و تصادفی هم نیست بلکه پدیده‌ای است که شرایط محیطی که عملیات در آن صورت می‌گیرد (در قالب سطوح مختلف) تعیین کننده است (مقیم،

1. Youssef, Boubaker & Omri

2. Wilson, Fesenmaier, Fesenmaier and VanEs,

3. Wilson et al

4. Rusu, Csorba, Cureteanu & Isac

۹۵:۱۳۸۳). لذا پدید آمدن آن مستلزم فراهم نمودن شرایط و الزاماتی نظیر توسعه زیرساخت‌های فنی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است. از طرفی گردشگری با ویژگی‌هایی از قبیل تقاضای متغیر و خواهان نوآوری، قابلیت تولید ثروت در جوامع و توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی، بستری مناسب برای فعالیت‌های کارآفرینانه به‌شمار می‌رود. بنابراین گردشگری به اندازه‌ی کافی جدید، آشفته و بی‌قاعده بوده تا مورد توجه کارآفرینان قرار گیرد (رکن‌الدین افتخاری، پورطاهری و فضلی، ۱۳۹۳:۱۰۳). بررسی ادبیات مرتبط با گردشگری روستایی نشان می‌دهد گردشگری یک بخش اقتصادی کارآفرین است که می‌تواند محرک توسعه اجتماعی- اقتصادی بخش روستایی به‌شمار آید (دادورخانی، ایمنی‌قشلاق، رضوانی و بوذرجمهری، ۱۳۹۰:۱۶۹). به‌طوریکه، توسعه گردشگری روستایی اقدامی مناسب در راستای حمایت و تحریک کارآفرینی از طریق بهره‌برداری از پتانسیل‌های محلی و سرمایه روستایی به جای تأمین آنها در فرآیند توسعه درون‌زا مطرح می‌شود (گلمسیر، لیونت، نیجکمپ و پوت، ۲۰۱۲).

به عبارت دیگر، کارآفرینی مبتنی بر استفاده از منابع طبیعی بویژه توریسم، ابزاری برای حل و فصل مسائل و چالش‌های داخلی جوامع روستایی بوده و راهی برای حفاظت از سرمایه‌های روستایی و همچنین نیروی محرکه مهمی درانباشت سرمایه روستایی به‌شمار می‌آید (میسچری و پیلونی، ۲۰۰۶:۳۷۵). زیرا فعالیت‌های مرتبط با گردشگری در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصاد روستایی توانایی بالایی در تنوع بخشی به اقتصاد روستایی و افزایش جذب سرمایه‌های کوچک دارد، که بر اساس تجارب کشورهای در حال توسعه، پیامد آن در مناطق روستایی دارای جاذبه‌های گردشگری، در قالب توسعه فعالیت‌های زیرساختی توسط دولت و به تبع آن شتاب بخشیدن به توسعه اشتغال و درآمد جابگزین و ارتقای سطح رفاه و استانداردهای زندگی می‌باشد (دینیس، ۲۰۱۱:۸۶) و با تقویت فرهنگ و هویت محلی، تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصادی در زمینه‌های کشاورزی، صنعت و خدمات روستایی به حفظ جمعیت روستایی با کمترین آسیب‌رسانی به محیط کمک می‌کند (لوردکیپانیدزه، ۲۰۰۲:۴۷). از اینرو در بسیاری از کشورها گردشگری را به عنوان موتور رشد اقتصادی و توسعه می‌دانند (شارپلی و واسپ، ۲۰۰۶:۱۰۴) در واقع، توسعه کارآفرینی تنها استراتژی مؤفق جهت تحقق توسعه اقتصادی روستایی نیست، اما نسبت به سایر راهبردها و استراتژی‌ها بدلیل استفاده از فرصت‌های موجود، مناسب‌تر می‌باشد. نکته آنکه فعالیت‌های کارآفرینان برای کسب یا خلق فرصت و ترکیب منابع در راستای توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در گرو فراهم بودن بستر مناسب و عوامل مختلف فردی و محیطی اثرگذار بر این فرآیند بوده که ضرورت شناخت این عوامل و اولویت آنها را خاطر نشان می‌سازد (سجاسی‌قیداری، رکن‌الدین افتخاری و مهدوی، ۲۸۰:۱۳۹۵). کارآفرینی به شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های بالقوه‌ی محیط بیرونی که پیش از این به بهره‌برداری نرسیده باشند می‌پردازد؛ بهره‌برداری از این فرصت‌ها به ایجاد مزیت رقابتی و تولید ثروت کمک می‌کند. با این وجود، برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و خلق ثروت، نایستی فقط بر یکی از این دو متکی بود. زیرا اگر چه کارآفرینی عاملی است که می‌تواند با ارایه روش‌های جدید مزیت‌های نسبی به ارمغان بیاورد اما بدون توجه به مزیت‌های استراتژیک نمی‌تواند به مؤفقیتهای چشمگیری منتهی شود. پس، هم‌افزایی و بهره‌برداری اثربخش از مزایای هر دوی آنها در گرو بکارگیری مزیت‌های استراتژیک خواهد بود (وب، کیچین و ایرلند، ۲۰۱۰:۶۸). ایرلند و وب معتقدند که کارآفرینی با توجه به ویژگی استراتژیک در واقع برای جذب تلاش‌های همزمان برای بکارگیری مزیت رقابتی و شناسایی نوآوری‌ها به عنوان بنیانی برای مزیت رقابتی آینده خواهد بود. مؤلفه‌های استراتژیک از جمله عواملی هستند که می‌توانند زمینه‌های مزیت رقابتی پایدار را فراهم کنند. یک مزیت رقابتی ممکن است بر اساس یک یا چند مؤلفه استراتژیک ایجاد گردد (آیرند، کوراتکو و کوین، ۲۰۰۳:۵۰).

در این بین استان اردبیل، به لحاظ موقعیت جغرافیایی و بهره‌مندی از جاذبه‌های انسانی و طبیعی متعدد از استان‌های برتر کشور برای بهره‌گیری از فرصت کارآفرینانه است. در این زمینه روستاهای گردشگری استان اردبیل به دلیل دارا بودن میراث طبیعی و

1. Gülümser, Levent, Nijkamp & Poot

2. Meccheri & Pelloni

3. Dinis

4. Lordkipanidze

5. Sharpley & Vassb

6. Webb, Ketchen & Ireland

7. Ireland, Kuratko & Covin

فرهنگی متنوع، مقصد مناسبی برای گردشگران داخلی و خارجی است که در صورت بهره‌گیری مناسب روستاییان از این فرصت-ها می‌تواند نقش مؤثری در توسعه منطقه ایفا کند. براین مبنا شناخت عواملی که بستر ساز کارآفرینی گردشگری روستایی به عنوان یک رویکرد نوین در منطقه مورد مطالعه باشد، ضروری می‌باشد.

مبانی نظری

مزیت‌های استراتژیک

اصطلاح مزایای استراتژیک به آن مزایایی گفته می‌شود که تأثیر مهمی بر احتمال موفقیت در آینده دارند. این مزایا غالباً منابعی برای موفقیت فعلی و آینده رقابتی نسبت به سایر ارائه دهندگان محصولات مشابه هستند. اگر یک شرکت یا کشور یا منطقه دارای مزیت استراتژیک است، ویژگی یا روش خاصی برای انجام کارها دارد که باعث موفقیت بیشتر از دیگران می‌شود. تجزیه و تحلیل مزیت استراتژیک به نکات مثبتی می‌پردازد که یک فعالیت را از رقبای متمایز می‌کند و نشان می‌دهد دارای چه نقاط قوت منحصر به فردی است و آیا این نیروها پایدار هستند. کارآفرینی با توجه به ویژگی‌های استراتژیک عبارتست از انجام فعالیت‌های کارآفرینانه با چشم‌اندازهای استراتژیک در جهت توسعه و دستیابی به عملکرد برتر و انجام فعالیت‌های ابعاد کارآفرینی استراتژیک طراحی شده، جهت خلق ثروت (آیرلند، کوراتکو و کوین^۱، ۲۰۰۳: ۹۶۶).

برخی محققان، عنوان کردند که کارآفرینی استراتژیک شامل انجام فعالیت‌های کارآفرینانه با دیدگاه استراتژیک است (صفار و چرخکار، ۱۳۹۹: ۱۰۳). در تحقیقات مختلفی که تاکنون انجام شده است، گزینه‌های مختلفی به عنوان ابعاد کارآفرینی استراتژیک در نظر گرفته شدند. از جمله می‌توان به کوین و اسلوین^۲ (۱۹۹۱) اشاره کرد که وضعیت استراتژیک کارآفرینانه و نگرش را به عنوان ابعاد کارآفرینی استراتژیک معرفی کردند. لومپکین و دس^۳ (۱۹۹۶) پذیرش ریسک و گرایش‌های کارآفرینانه را به عنوان ابعاد کارآفرینی استراتژیک مطرح نمودند. مهیر و هپارد^۴ (۲۰۰۰) ابعاد کارآفرینی استراتژیک را شناسایی فرصت‌ها، نوآوری، پذیرش ریسک، انعطاف‌پذیری، نگرش و رشد نام بردند. همچنین، در سال (۲۰۰۰) یک مدل هشت بعدی از کارآفرینی استراتژیک مطرح شد که شامل شناسایی فرصت‌ها، نوآوری، پذیرش ریسک، انعطاف‌پذیری، نگرش، رشد، قابلیت‌های پویا و مدیریت منابع بود.

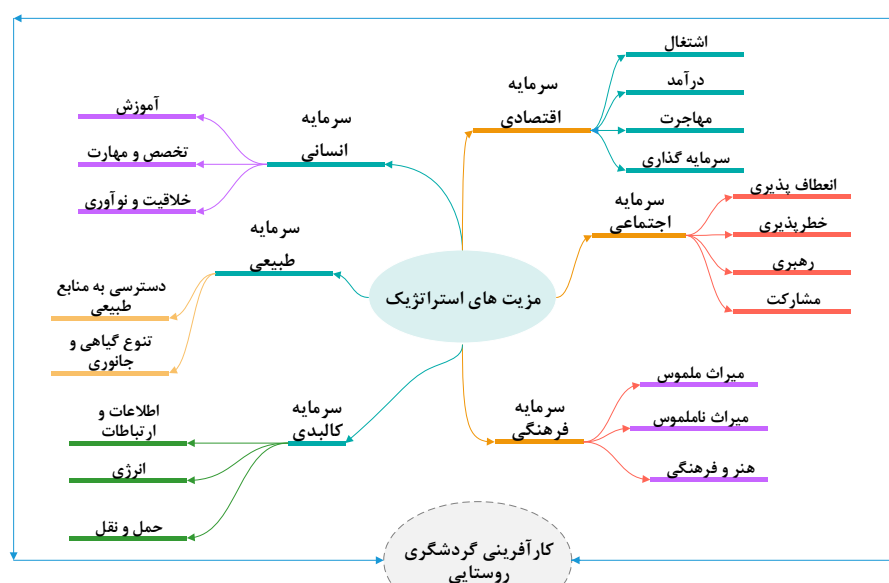
در نهایت آیرلند، کوراتکو و کوین (۲۰۰۳)، ذهنیت کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، مدیریت استراتژیک منابع، بکارگیری خلاقیت و نوآوری را به عنوان ابعاد کارآفرینی استراتژیک معرفی کردند. با توجه به پس زمینه نظری تحقیق باید گفت کارآفرینی یک زمینه بسیار پویا و به سرعت در حال رشد از تحقیقات دانشگاهی است که دارای سنت فکری طولانی است به طوریکه در سال‌های اخیر توجه روزافزونی به کارآفرینی در بخش گردشگری روستایی شده است.

بسیاری از نویسندگان، از جمله بوسما و همکاران^۵ (۲۰۰۴)، کسر^۶ (۲۰۰۶)، هابر و ریچل^۷ (۲۰۰۷)، کلین و ملیورن^۸ (۲۰۱۰)، (۲۰۱۰)، هالاک و همکاران^۹ (۲۰۱۵)، ککمک و همکاران^{۱۰} (۲۰۱۸)، دوتا و سوبل^{۱۱} (۲۰۱۸)، کالمیونز و پیتز^{۱۲} (۲۰۱۸)، کانلی^{۱۳} (۲۰۱۸)، یوسف و همکاران^{۱۴} (۲۰۱۸)، کیمبو و همکاران^{۱۵} (۲۰۱۹)، ولاچو و همکاران^۱ (۲۰۲۱)، آپوستولوپولوز و

1. Ireland, Kuratko & Covin
2. Covin & Slevin
3. Lumpkin & Dess
4. Meyer & Heppard
5. Bosma et al
6. Cassar
7. Haber & Reichel
8. Kline & Milburn
9. Hallak et al
10. Çakmaka et al
11. Dutta and Sobel
12. Kallmuenzer & Peters
13. Connelly
14. Youssef et al
15. Kimbu et al

همکاران^۲ (۲۰۲۱)، گو و همکاران^۳ (۲۰۲۲)، لی و همکاران^۴ (۲۰۲۲)، واتسون و همکاران^۵ (۲۰۲۳) در مجموعه گسترده‌ای از مطالعات خود به این نتیجه رسیده‌اند سرمایه‌ها و دارایی‌های روستایی با موفقیت کارآفرینی مرتبط است و منابع اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی، فردی و فیزیکی در تقویت کارآفرینی بسیار مهم است. نتایج بررسی تحقیقات این نویسندگان نشان می‌دهد که رابطه بین گردشگری و کارآفرینی نیازمند مطالعات عمیقی است، که در حال حاضر در ادبیات جغرافیایی ایران نیز رو به رشد می‌باشد؛ زیرا یکی از اصول توسعه گردشگری، کارآفرینی در این زمینه است. در نتیجه مسائل کارآفرینی در گردشگری روستایی بسیار حائز اهمیت است و لازم است در تحقیقات پیرامون گردشگری روستایی به آنها توجه شود، از سوی دیگر، مطالعات نشان می‌دهد که عوامل مرتبط با کارآفرینی گردشگری در روستاها بسیار متنوع است و با توجه به موقعیت هر روستا، اهمیت عوامل تعیین می‌شود. در نتیجه نادیده گرفتن نقش و اهمیت سرمایه‌ها و منابع روستایی، توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی را با موانع جدی مواجه خواهد کرد.

با توجه به اینکه منابع استراتژیک از عوامل توسعه کارآفرینی و دستیابی به مزیت رقابتی به حساب می‌آید؛ مدتهاست که محققان آن را به عنوان نوعی از سرمایه دانسته‌اند که برای موفقیت و بهبود عملکرد ضروری است؛ با این حال مطالعه آنها محدود بوده و دانش ما در این زمینه اندک است. با مرور ادبیات، کتاب‌ها، مقالات و پایاننامه‌های مرتبط با موضوع تحقیق متوجه می‌شویم بحث‌هایی درباره انواع مزیت استراتژیک و همچنین توسعه کارآفرینی ارائه شده است و هر یک از اندیشمندان این حوزه به زعم خود به یک یا چند مورد از ابعاد و شاخص‌های آنها اشاره کرده‌اند. با توجه به اینکه تحقیقات بسیار محدودی در حوزه موضوعی این تحقیق وجود دارد در چنین شرایطی، جستجوی فرصت‌هایی که می‌توانند نوآوری کنند، اهمیت دارد و می‌توان خلاقیت روستاها را فرصتی قابل بهره‌برداری دانست. بنابراین، این تحقیق تلاش می‌کند تا شکاف دانشی موجود در این زمینه را کاهش دهد. شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق را نشان می‌دهد.



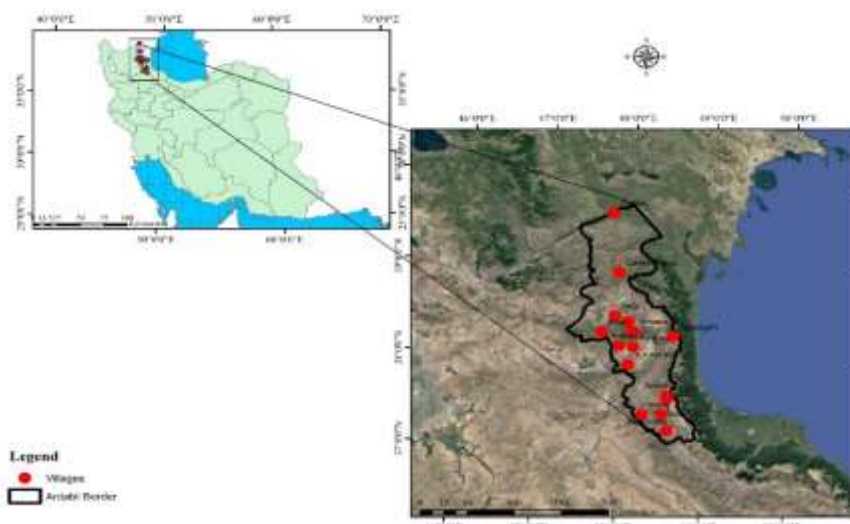
شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

1. Vlachou et al
2. Apostolopoulos et al
3. Guo et al
4. Li et al
5. Watson et al

روش پژوهش

منطقه مورد مطالعه

استان اردبیل طبق آخرین مصوبات تقسیمات کشوری دارای ۱۰ شهرستان، ۲۹ بخش، ۲۶ شهر، ۷۱ دهستان و ۱۸۵۴ آبادی است که از این تعداد ۱۷۲۳ آبادی دارای سکنه و ۱۳۱ آبادی خالی از سکنه است (سایت استانداری اردبیل، ۱۴۰۰). استان اردبیل به لحاظ برخورداری از اقلیم مناسب به ییلاق ایران شهرت یافته و ظرفیت‌های بسیار و گاه‌آبی‌نظیری در حوزه‌ی طبیعی، تاریخی و فرهنگی دارد و گردشگری به عنوان یکی از مهمترین محورهاى توسعه استان می‌باشد. اقلیم جغرافیایی، طبیعت متنوع و آداب و رسوم غنی موجب شده است تا روستاهای این استان در گروه جاذبه‌های قابل توجه گردشگری قرار گیرد. روستاهای مستعد گردشگری این استان، از طرف معاونت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان به عنوان روستاهای گردشگری معرفی شدند، این روستاها، به عنوان منطقه مورد مطالعه، در پژوهش حاضر می‌باشند. بافت کهن، معماری تاریخی، جاذبه‌های گردشگری و بهسازی مسیرهای گردشگری از جمله محاسن معرفی یک روستا به عنوان روستای گردشگری در این استان بوده است. شکل (۲) موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه را نشان می‌دهد.



شکل ۲. نقشه منطقه مورد مطالعه

داده‌ها و روش‌ها

این تحقیق بر اساس هدف کاربردی و ماهیت آن به صورت توصیفی و تحلیلی می‌باشد. داده‌های پژوهش با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و میدانی و پرسشنامه محقق ساخته جمع‌آوری شده است. منطقه مورد مطالعه در این تحقیق ۱۵ روستای گردشگری استان اردبیل، منتخب سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، می‌باشد (جدول ۱). در این پژوهش برای انتخاب افراد از خانوارهای روستاهای گردشگری از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شده و به تمامی افراد جامعه، شانس مساوی برای انتخاب در نمونه داده شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیتی روستاهای گردشگری استان اردبیل

شهرستان	روستاهای گردشگری	تعداد خانوار	زن	مرد	جمعیت	تعداد نمونه
سرعین	آلوارس	۲۴۱	۳۵۸	۴۵۰	۸۰۸	۱۳
	کنزق	۲۶۸	۴۲۵	۴۶۲	۸۸۷	۱۴
	کورعباسلو	۱۶۸	۲۳۴	۲۳۰	۴۶۴	۱۰
نمین	آلادیزگه	۴۴۳	۸۸۱	۹۶۹	۱۸۵۰	۲۴
اردبیل	گندشمین	۲۴۰	۳۹۶	۳۶۷	۷۶۳	۱۳
	خیارک	۸۸۶	۱۶۱۷	۱۶۷۰	۳۲۸۷	۴۸
	اندبیل	۴۵۳	۷۰۰	۶۰۵	۱۳۰۵	۲۴
خلخال	برندق	۵۸۰	۸۷۷	۹۴۳	۱۸۲۰	۳۱
	کزج	۲۸۶	۴۰۶	۴۱۴	۸۲۰	۱۵
	خوجین	۷۹۹	۱۲۲۸	۱۴۰۵	۲۶۳۳	۴۳
	سوسهباب	۱۵۱	۲۱۶	۲۱۸	۴۳۴	۱۰
گرمی	قاسم‌کندی	۱۵۴	۲۴۶	۲۴۸	۴۹۶	۱۰
مشگین‌شهر	مویل	۴۹۱	۷۷۰	۸۸۸	۱۶۵۸	۲۶
	انار	۵۱۶	۷۳۱	۷۵۷	۱۴۸۸	۲۸
پارس‌آباد	اولتان	۹۹۰	۱۷۵۷	۱۸۶۵	۳۶۲۲	۵۴
جمع	-	۶۶۶۶	-	-	-	۳۶۳

نمونه آماری این پژوهش شامل ۳۶۳ نفر از ساکنین روستاهای گردشگری استان اردبیل می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شده است و در مرحله بعد سهم هر یک از روستاها از جامعه آماری با استفاده از فرمول تناسب به دست آمده است. برای جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه‌ای در دو بخش در اختیار پاسخگویان قرار گرفت که بخش اول اطلاعاتی در مورد ویژگی‌های دموگرافیکی و اجتماعی ساکنین جمع‌آوری می‌کند (جدول ۲) و بخش دوم پرسشنامه شامل سؤالاتی در مورد بررسی مزیت‌های استراتژیک مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی می‌باشد. در مرحله بعد با استفاده از درون‌مایه‌های اصلی و فرعی و با استفاده از کدهای موجود و تعریف آن‌ها به صورت متغیرهای پنهان و آشکار و گردآوری داده‌های کمی به وسیله پرسشنامه محقق‌ساخته در قالب طیف لیکرت در بستر مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش لیزرل به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته شده است.

جدول ۲. ویژگی‌های دموگرافیکی و اجتماعی پاسخگویان

نمودار	مقدار	پاسخگویان
	۵۴/۳	مرد
	۴۵/۷	زن
	۶۳/۱	متاهل
	۳۶/۹	مجرد
	۴۱/۶	۲۹ سال یا کمتر
	۲۲/۳	۳۰ تا ۳۹ سال
	۳۶/۱	۴۰ سال یا بیشتر
	۴/۱	دکتر
	۲۵/۳	فوق لیسانس
	۱۱	لیسانس
	۱۹/۶	تحصیلات پایین‌تر از لیسانس
	۲۰/۴	کارگران دستی
	۱۹/۶	مشاغل سطح بالا

برای بررسی مزیت‌های استراتژیک مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی، نتایج حاصل از استناد نظری به عنوان شاخص‌های عملیاتی مزیت‌های استراتژیک به صورت پرسشنامه محقق ساخته درآمده و برای توسعه ابزار توسط پرسشنامه محقق ساخته، اقدام به گردآوری داده‌ها شده است. جدول (۳) نتایج حاصل از استناد نظری را نشان داده است. در این جدول متغیرهای پژوهش در ۶ بعد (سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، فیزیکی، انسانی و طبیعی) بررسی شده است. سرمایه اقتصادی با ۸ سوال، سرمایه اجتماعی با ۸ سوال، سرمایه فرهنگی با ۶ سوال، سرمایه فیزیکی با ۶ سوال، سرمایه انسانی با ۶ سوال و سرمایه طبیعی با ۶ سوال و مجموعاً ۴۰ سوال مورد بررسی قرار گرفته است.

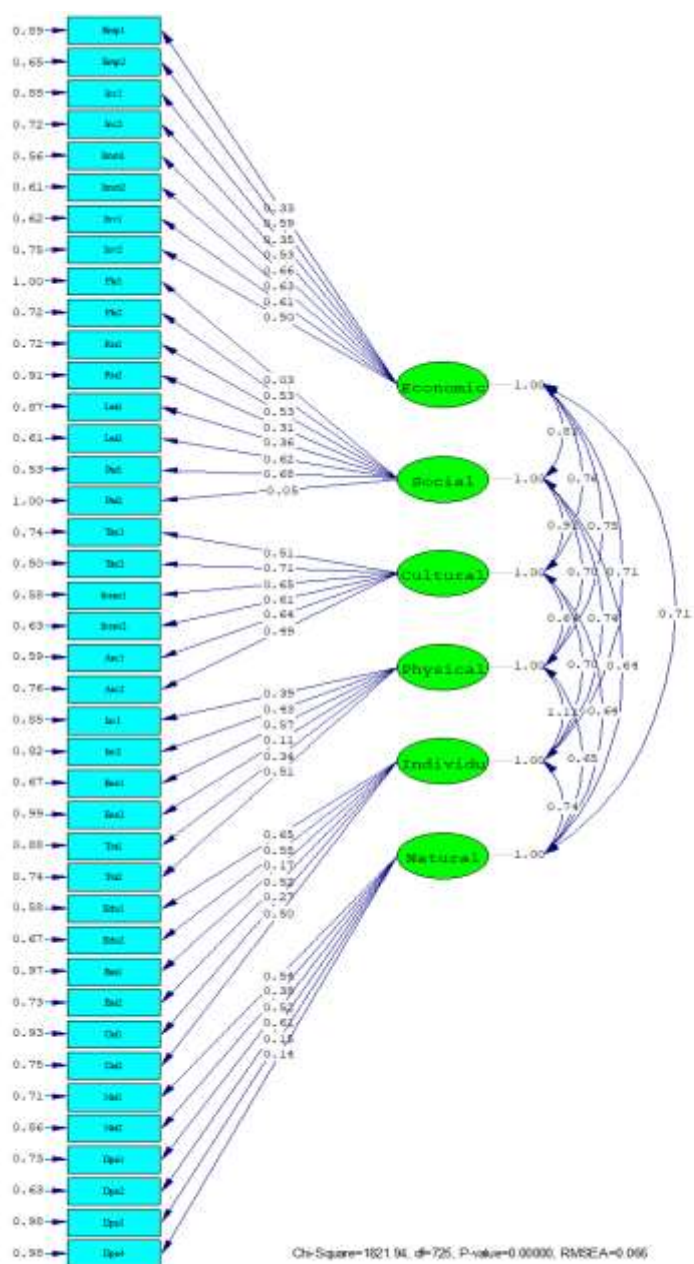
جدول ۳. نتایج بررسی استناد نظری برای شناسایی شاخص‌های عملیاتی مزیت‌های استراتژیک

متغیر پنهان	چرا	متغیرهای آشکار
سرمایه اقتصادی	Emp1	فرصت اشتغال برای زنان
	Emp2	تمایل به فعالیت اقتصادی جدا از کشاورزی و دامداری
	Inc1	تنوع منابع درآمدی
	Inc2	رضایت از درآمد
	Imm1	حفظ رابطه مهاجران روستایی با زادگاه
	Imm2	تمایل به زندگی در روستا
	Inv1	جذب سرمایه از منابع شهری
	Inv2	عطای یارانه برای سرمایه‌گذاری بخش گردشگری
	Fle1	پذیرش عقاید و ارزش‌های جدید
	Fle2	استقبال ساکنان از اختراع و نوآوری
سرمایه اجتماعی	Ris1	روحیه بلند پروازی و پشتکار افراد در راه اندازی فعالیت جدید در روستا
	Ris2	ورود اهالی روستا به فعالیت‌های جدید
	Led1	قدرت نفوذ مدیران محلی در میان مردم روستا
	Led2	توجه و حمایت مدیران روستا به خلاقیت ساکنین روستا
	Part1	تحداد و همدلی مردم روستا در مواقع مختلف
	Part2	مهمی بودن شرایط برای مشارکت افراد در زمینه‌های خود اشتغالی
	Tan1	وجود آثار تاریخی و تمدن‌های قدیمی
	Tan2	سایت‌های مذهبی و مکان‌ها با انگیزه مذهبی
سرمایه فرهنگی	Intan1	جشنواره‌ها و رویدادهای موسیقی
	Intan2	فعالیت‌های جمعی، آیین‌ها و جشن‌های فرهنگی، هنری
	Aac1	روحیه مهمان دوستی و خونگرمی بالای ساکنین محلی
	Aac2	آداب و رسوم و پوشش محلی
	Iac1	تبلیغات و اطلاع‌رسانی در خصوص گردشگری
	Iac2	قرارگیری مناسب تابلوهای راهنما در سطح منطقه
سرمایه فیزیکی	Ene1	بهبود وضعیت مخابرات و آنتن دهی موبایل
	Ene2	دسترسی به امکانات رفاهی (آب، برق، گاز و...)
	Tra1	فضاسازی و بهبود کیفیت شبکه معابر روستایی
	Tra2	افزایش مسیرهای پیاده‌مدار برای گردشگران
	Edu1	آموزش سازمانی جهت خوداشتغالی و کارآفرینی

متغیر پنهان	کد	متغیرهای آشکار	جهان تیغ و همکاران (۱۴۰۰)	موسوی و همکاران (۱۴۰۰)	صفایی پور و همکاران (۱۴۰۰)	سلاری پور و همکاران (۱۴۰۱)	خزایی پور و همکاران (۱۴۰۲)	Ardhala et al (2016)	Carson and Carson (2017)	Lafzi Ghazi and Goede (2017)	Lafzi Ghaz and Goede (2018)	Dias et al (2018)	Einali et al (2019)	Zadel and Rudan (2019)	Souca (2019)	Richards (2019)	Arismayanti et al (2019)	Fatimah and Wazni (2020)	Somnuxpong (2020)	Richards (2020)	Baixinho et al (2020)	Pimenta et al (2021)	Shummei and Zahari (2022)	Annisa et al (2023)
	Edu2	آموزش کافی به مردم و گردشگران جهت حفظ میراث فرهنگی ملی														×								
	Eas1	توانایی انتقال تخصص و مهارت خود به دیگران نظیر فرزندان، دوستان																×						
	Eas2	وجود مهارت و تخصص در سایر زمینه‌های شغلی																×						
	Cai1	وجود نشریات مشخص در روستا در راستای ایجاد تفکر خلاقانه												×				×						
	Cai2	معرفی جاذبه‌های خلاقانه روستایی از طریق تولید فیلم و سریال									×													
	Nat1	باز بودن افق دید و منظر روستا							×															
	Nat2	طبیعت بکر							×				×					×	×					
	Dpa1	تنوع پوشش گیاهی در منطقه از جمله مراتع و وجود گیاهان مختلف										×											×	
زیست‌محیطی	Dpa2	وجود گونه‌های جانوری متنوع										×										×		×
	Dpa3	راضی بابر																×						
	Dpa4	باغات و مزارع																×	×					×
												×												

نتایج

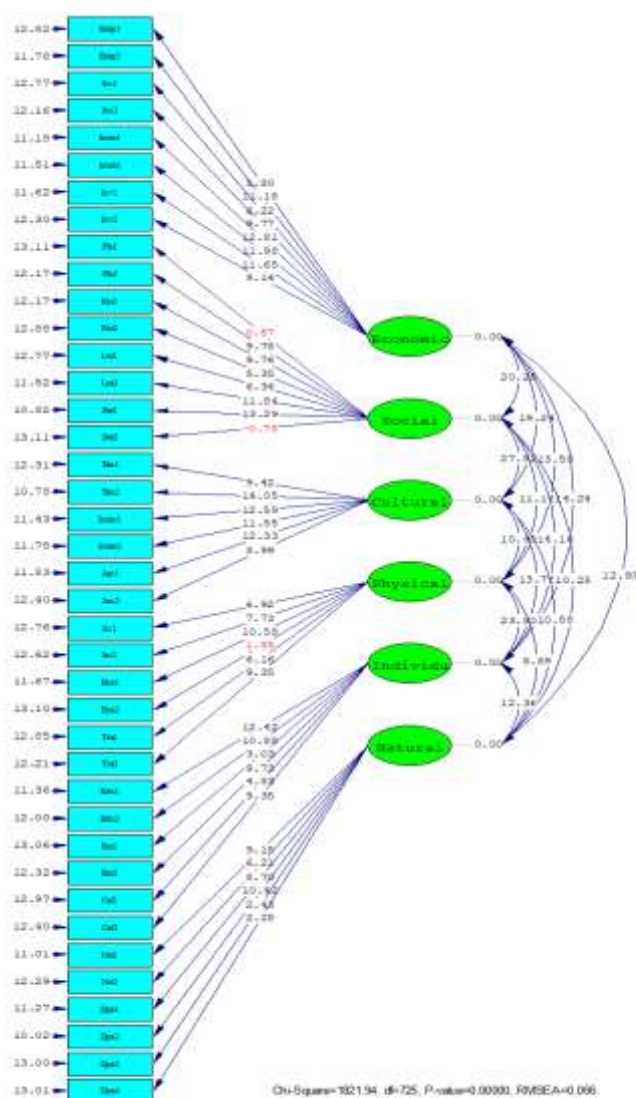
اولین گام در فرآیند مدل‌سازی با معادلات ساختاری، ترسیم مدل مفهومی است تا به کمک آن بتوان به بررسی رابطه بین متغیرهای آشکار، تحلیل مسیر و برآورد مقادیر آماره تی پرداخت. پس از طراحی مدل مفهومی و بررسی مدل استاندارد نشده، در ادامه مدل استاندارد شده نشان داده شده است (شکل ۳). در این دیاگرام مقدار بارهای عاملی هر یک از متغیرهای آشکار و ارتباط درونی بین متغیرهای آشکار و ارتباط بیرونی هر کدام از متغیرهای پنهان نشان داده شده است.



شکل ۳. مدل استاندارد شده

همچنان که از دیاگرام مشخص است مقدار $RMSEA^1$ در حد قابل قبول بوده و میزان کای اسکور نیز نسبت به درجه آزادی در حد مطلوب قرار دارد و نشان از این دارد که مدل به خوبی طراحی شده و نیاز به اصلاح ندارد. در ادامه مقادیر تی بارهای عاملی و اولویت اثرگذاری هر کدام در دیاگرام خروجی لیزرل نشان داده شده است (شکل ۴). در این دیاگرام مقدار بارهای عاملی هر یک از متغیرهای آشکار و ارتباط درونی بین متغیرهای آشکار و ارتباط بیرونی هر کدام از متغیرهای پنهان به نمایش گذاشته شده است. همچنان که از دیاگرام مشخص است معیار برای تعیین برازش کل مدل، ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب است که تحت

عنوان (RMSEA) در فایل برونداد ظاهر می‌شود. نتایج نشان‌دهنده برازش خوب مدل است و میزان کای اسکور نیز نسبت به درجه آزادی در حد مطلوب قرار دارد.



شکل ۴. مقادیر آماره تی

خروجی نیکویی برازش نرم‌افزار نشان می‌دهد مدل ساختاری موجود بر اساس تمام شاخص‌ها و مقادیر استاندارد مورد نظر برای قضاوت، از نیکویی برازش برخوردار است (جدول ۴). بر پایه قرارداد، مقادیر بین ۰/۹۰ تا ۰/۹۵ برای شاخص‌های برازش نسبی نشان‌دهنده برازش قابل قبول مدل است و مقادیر کمتر از ۰/۹۰ مستلزم تجدیدنظر در مدل می‌باشد. با توجه به توضیحات ارائه‌شده در تحلیل داده‌ها در محیط برنامه لیزرل، مدل ارائه‌شده در سطح مطلوب با داده‌های تجربی سازگاری داشته و شاخص‌ها از نیکویی برازش برخوردار می‌باشند.

جدول ۴. نیکویی برازش مدل

شاخص‌ها	قضاوت
شاخص مناسب (NFI)	۰/۹۱
شاخص برازش غیر نرم (NNFI)	۰/۹۰
شاخص برازش متناسب عادی (PNFI)	۰/۹۰
شاخص برازندگی (GFI)	۰/۹۱
شاخص مناسب افزایشی (IFI)	۰/۹۰
شاخص متناسب نسبی (RFI)	۰/۹۳

در جدول (۵) با عنایت به نتایج حاصل از خروجی نرم‌افزار گرافیکی لیزرل (شکل ۴) به بررسی مقادیر تی متغیرهای آشکار پرداخته می‌شود که همگی بالاتر از ۱/۹۶ بوده و تأیید می‌شوند. همان‌طور که از نتایج جدول مشهود است همه متغیرهای پنهان به نوعی در کارآفرینی گردشگری روستایی مؤثر هستند. مقدار اماره تی متغیر پذیرش عقاید و ارزش‌های جدید در شاخص انعطاف پذیری ۱۳/۱۱ بدست آمده است و این متغیر دارای رتبه اول در این شاخص است. انعطاف‌پذیری، یک قابلیت پویا برای مقابله با عدم قطعیت و نشان دهنده توانایی سازگاری با تغییرات عمده در محیط داخلی یا خارجی است. به طور کلی، "انعطاف-پذیری توانایی تغییر یا واکنش در حداقل زمان، با هزینه کم و تلاش برای عملکرد بهتر است" (لوموس، وکورکا و دوکلوس^۱، ۲۰۰۵: ۲۶۸۹؛ نایر^۲، ۲۰۰۵: ۴۴۹). به دنبال این استدلال، برخی از محققان بر عامل "سرعت" در پذیرش تغییرات و پیکربندی مجدد منابع برای پاسخگویی به تقاضا تأکید می‌کنند تا انعطاف‌پذیری ذاتی باشد (جعفری، اسلامی و پالراج^۳، ۲۰۲۲: ۱۱۰). همانگونه که در بحث نظری گفته شد خلاقیت و نوآوری اساس کارآفرینی می‌باشد. بنابراین انعطاف‌پذیری و پذیرش خلاقیت از سمت ساکنین سهم عمده‌ای در شروع و توسعه فعالیت‌های کارآفرینی دارد. متغیر «دسترسی به امکانات رفاهی (آب، برق، گاز و...)» در شاخص «انرژی» نشان می‌دهد این متغیر با مقدار آمار تی ۱۳/۱۰ دارای رتبه دوم از دیدگاه پاسخگویان می‌باشد. زیرساخت‌ها می‌توانند اتصالات و پیوندهایی را تقویت کنند که شناسایی فرصت‌های کارآفرینی و توانایی کارآفرینان برای به فعلیت رساندن آن فرصت‌ها را تسهیل می‌کند (آدریتچ و بیلیتسکی^۴، ۲۰۱۷: ۱۰۳۰). اینکه چرا برخی از مناطق نسبت به مناطق دیگر درجه بیشتری از فعالیت کارآفرینی را نشان می‌دهند، سوال کلیدی است که توسط بسیاری از افراد مورد اشاره قرار گرفته است. همانطور که لوفستروم، باتیس و پارکر^۵ (۲۰۱۳) بیان می‌کنند، شرایط متعددی ممکن است باعث ترویج یا ممانعت از کارآفرینی شود، برای دهه‌ها توجه محققان، به درک عوامل تعیین کننده ورود به کارآفرینی بوده است. چنین ویژگی‌هایی وابسته به فضا است و ممکن است بر فرصت‌های کارآفرینی در دسترس افراد و توانایی و تمایل آنها برای پیگیری آن فرصت‌ها تأثیر بگذارد. تعداد زیادی از عوامل فضایی مؤثر بر فعالیت کارآفرینی شناسایی شده است. از گستره سرمایه فیزیکی-زیرساختی و سرمایه انسانی گرفته تا سرمایه اجتماعی و سرمایه دانشی. سه مورد اخیر را می‌توان به عنوان افزایش فرصت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی تفسیر کرد، در حالی که کمبود سرمایه فیزیکی و زیرساختی فرصت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی را محدود می‌کند. متغیر «توانایی انتقال تخصص و مهارت خود به دیگران نظیر فرزندان، دوستان یا آشنایان» در شاخص «تخصص و مهارت» با مقدار آماره تی ۱۳/۰۶ در رتبه سوم از دیدگاه پاسخگویان قرار دارد. دابسون، مالکین، متیو، پت و استیکل^۶ (۲۰۰۳) در مطالعه خود اظهار کردند که برای حیات‌بخشی به هویت کارآفرینی در مناطق روستایی چهار عامل اصلی لازم است که عبارتند از: ایجاد فعالیت متناسب با نیازهای شناسایی شده جامعه محلی، تولیدات کافی متناسب با مقیاس، منابع و مهارت‌های محلی؛ تمرکز بر کارآفرینی و یادگیری مداوم از طریق تغییر آموزه‌های قبلی. مهارت‌های کارآفرینی شامل آن دسته از فعالیت‌ها یا دانش عملیاتی

1. Lummus, Vokurka & Duclos

2. Nair

3. Jafari, Eslami & Paulraj

4. Audretsch & Belitski

5. Lofstrom, Bates & Parker

6. Dabson, Malkin, Matthews, Pate, & Stickler

است که برای استقرار یا اداره یک کسب و کار اقتصادی موفق نیاز است. مهارت‌های کارآفرینی، برای توسعه نوآوری‌های تولیدی و خدماتی و نیز تعمیم راه‌حلی‌هایی برای ظهور نیازها در بازار ضروری است. بررسی روند دو دهه گذشته بیانگر آن است که افراد در همه سطوح به مهارت‌های کارآفرینانه نیاز دارند تا از این طریق توانایی‌های خود را در رویایی با تغییرات جاری زندگی و عدم قطعیت‌های آینده بهبود بخشند. علاوه بر این، آنچه افراد را در یادگیری یک روش نوآورانه برای حل مسئله توانمند می‌سازد تطبیق‌پذیری با تغییرات، داشتن اعتماد به نفس بیشتر و پرورش خلاقیت از طریق کارآفرینی است که بدون تردید منافع بسیاری را برای جامعه به بار می‌آورد (سجاسی‌قیداری، محمودی و جعفری، ۱۳۹۶: ۲۴۸).

جدول ۵. مقادیر آماره تی برای مزیت‌های استراتژیک مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی

مختبر نهان	مختبر آشکار	کد	مقادیر	اولویت اثرگذاری
سرمایه اقتصادی	فرصت اشتغال برای زنان روستایی	Emp1	۱۲/۸۲	۹
	تمایل به فعالیت اقتصادی جدا از کشاورزی و دامداری	Emp2	۱۱/۷۸	۲۲
	تنوع منابع درآمدی	Inc1	۱۲/۷۷	۱۰
	رضایت از درآمد	Inc2	۱۲/۱۶	۲۰
	حفظ رابطه مهاجران روستایی با زادگاه	Imm1	۱۱/۱۸	۳۱
	تمایل به زندگی در روستا	Imm2	۱۱/۵۱	۲۷
	جذب سرمایه از منابع شهری	Inv1	۱۱/۶۲	۲۴
	اعطای یارانه برای سرمایه‌گذاری بخش گردشگری	Inv2	۱۲/۳۰	۱۶
سرمایه اجتماعی	پذیرش عقاید و ارزش‌های جدید	Fle1	۱۳/۱۱	۱
	استقبال و پذیرش خلاقیت توسط ساکنین	Fle2	۱۲/۱۷	۱۹
	روحیه بلند پروازی و پشتکار افراد در راهاندازی فعالیت جدید در روستا	Ris1	۱۲/۱۷	۱۹
	ورود اهالی روستا به فعالیت‌های جدید	Ris2	۱۲/۸۸	۷
	قدرت نفوذ مدیران محلی در میان مردم روستا	Lea1	۱۲/۷۷	۱۰
	توجه و حمایت مدیران روستا به خلاقیت ساکنین روستا	Lea2	۱۱/۵۲	۲۶
	اتحاد و همدلی مردم روستا در مواقع مختلف (بروز مشکل برای سایرین)	Par1	۱۰/۸۲	۳۴
	مهمی بودن شرایط برای مشارکت افراد در زمینه‌های خود اشتغالی و تولید	Par2	۱۱/۱۳	۳۲
سرمایه فرهنگی	وجود آثار تاریخی و تمدن‌های قدیمی	Tan1	۱۲/۳۱	۱۵
	سایت‌های مذهبی و مکان‌ها با انگیزه مذهبی (دارای اهمیت معماری و منظره فرهنگی)	Tan2	۱۰/۷۸	۳۵
	جشنواره‌ها و رویدادهای موسیقی	Intan1	۱۱/۴۳	۲۸
	فعالیت‌های جمعی، آیین‌ها و جشن‌های فرهنگی، هنری	Intan2	۱۱/۷۸	۲۲
	روحیه مهمان دوستی و خونگرمی بالای ساکنین محلی	Aac1	۱۱/۵۳	۲۵
	آداب و رسوم و پوشش محلی	Aac2	۱۲/۴۰	۱۳
	تبلیغات و اطلاع‌رسانی در خصوص گردشگری	Iac1	۱۲/۷۶	۱۱
	قرارگیری مناسب تابلوهای راهنما در سطح منطقه	Iac2	۱۲/۶۲	۱۲
سرمایه کابلی	بهبود وضعیت مخابرات و آنتن دهی موبایل	Ene1	۱۱/۶۷	۲۳
	دسترسی به امکانات رفاهی (آب، برق، گاز و...)	Ene2	۱۳/۱۰	۲
	فضاسازی و بهبود کیفیت شبکه معابر روستایی	Tra1	۱۲/۸۵	۸
	افزایش مسیرهای پیاده‌مدار برای گردشگران	Tra2	۱۲/۲۱	۱۸
	آموزش سازمانی جهت خوداشتغالی و کارآفرینی	Edu1	۱۱/۳۶	۲۹
	آموزش کافی به مردم و گردشگران جهت حفظ میراث فرهنگی ملی	Edu2	۱۲/۰۰	۲۱
	توانایی انتقال تخصص و مهارت خود به دیگران نظیر فرزندان، دوستان یا آشنایان	Eas1	۱۳/۰۶	۳
	وجود تخصص و مهارت در سایر زمینه‌های شغلی	Eas2	۱۲/۳۲	۱۴

متغیر پنهان	متغیر آشکار	کد	مقادیر	اولویت اثرگذاری
سرمايه طبيعي	وجود نشریات مشخص در روستا در راستای ایجاد تفکر خلاقانه در بین روستاییان	Cai1	۱۲/۹۷	۶
	معرفی جاذبه‌های خلاقانه روستایی از طریق فیلم و سریال	Cai2	۱۲/۴۰	۱۳
	باز بودن افق دید و منظر روستا	Nat1	۱۱/۰۱	۳۳
	طبیعت بکر	Nat2	۱۲/۲۹	۱۷
	تنوع پوشش گیاهی در منطقه از جمله مراتع و وجود گیاهان مختلف و متنوع در آن	Dpa1	۱۱/۲۷	۳۰
	وجود گونه‌های جانوری متنوع	Dpa2	۱۰/۰۲	۳۶
	اراضی بایر	Dpa3	۱۳/۰۰	۵
	باغات مزارع	Dpa4	۱۳/۰۱	۴

- با توجه به نتایج حاصل در جدول (۶) در خصوص بررسی ماتریس کوواریانس متغیرهای مستقل، می‌توان بیان نمود که همبستگی مثبت بسیار قوی بین متغیرها وجود دارد. در نهایت، به طور خلاصه نتایج بدست آمده بصورت زیر ارایه می‌گردد:
- تخمین‌های مربوط به مسیر «بعد اقتصادی» و «بعد اجتماعی» نشان می‌دهد که مقدار آن برابر ۰/۸۱۳ با خطای استاندارد ۰/۰۴۰ در حد بالایی معنی‌دار بوده به‌طوری‌که آماره تی آن برابر با ۲۰/۲۸۲ است؛
 - تخمین‌های مربوط به مسیر «بعد اقتصادی» و «بعد فرهنگی» نشان می‌دهد که مقدار آن برابر ۰/۷۶۲ با خطای استاندارد ۰/۰۴۰ معنی‌دار بوده به‌طوری‌که آماره تی آن برابر با ۱۹/۲۳۸ است؛
 - تخمین‌های مربوط به مسیر «بعد اقتصادی» و «بعد کالبدی» نشان می‌دهد که مقدار آن برابر ۰/۷۴۸ با خطای استاندارد ۰/۰۵۵ معنی‌دار بوده به‌طوری‌که آماره تی آن برابر با ۱۳/۵۰۲ است؛
 - تخمین‌های مربوط به مسیر «بعد اقتصادی» و «بعد انسانی» نشان می‌دهد که مقدار آن برابر ۰/۷۱۳ با خطای استاندارد ۰/۰۵۰ معنی‌دار بوده به‌طوری‌که آماره تی آن برابر با ۱۴/۲۳۸ است؛
 - تخمین‌های مربوط به مسیر «بعد اقتصادی» و «بعد طبیعی» نشان می‌دهد که مقدار آن برابر ۰/۷۱۰ با خطای استاندارد ۰/۰۵۵ معنی‌دار بوده به‌طوری‌که آماره تی آن برابر با ۱۲/۹۳۴ است؛
 - تخمین‌های مربوط به مسیر «بعد اجتماعی» و «بعد فرهنگی» نشان می‌دهد که مقدار آن برابر ۰/۹۰۹ با خطای استاندارد ۰/۰۳۳ معنی‌دار بوده به‌طوری‌که آماره تی آن برابر با ۲۷/۵۱۴ است؛
 - تخمین‌های مربوط به مسیر «بعد اجتماعی» و «بعد کالبدی» نشان می‌دهد که مقدار آن برابر ۰/۶۹۶ با خطای استاندارد ۰/۰۶۲ معنی‌دار بوده به‌طوری‌که آماره تی آن برابر با ۱۱/۱۵۷ است؛
 - تخمین‌های مربوط به مسیر «بعد اجتماعی» و «بعد انسانی» نشان می‌دهد که مقدار آن برابر ۰/۷۴۱ با خطای استاندارد ۰/۰۵۲ معنی‌دار بوده به‌طوری‌که آماره تی آن برابر با ۱۴/۱۶۲ است؛
 - تخمین‌های مربوط به مسیر «بعد اجتماعی» و «بعد طبیعی» نشان می‌دهد که مقدار آن برابر ۰/۶۴۲ با خطای استاندارد ۰/۰۶۳ معنی‌دار بوده به‌طوری‌که آماره تی آن برابر با ۱۰/۲۴۶ است؛
 - تخمین‌های مربوط به مسیر «بعد فرهنگی» و «بعد کالبدی» نشان می‌دهد که مقدار آن برابر ۰/۶۳۸ با خطای استاندارد ۰/۰۶۱ معنی‌دار بوده به‌طوری‌که آماره تی آن برابر با ۱۰/۴۰۴ است.
 - تخمین‌های مربوط به مسیر «بعد فرهنگی» و «بعد انسانی» نشان می‌دهد که مقدار آن برابر ۰/۶۹۹ با خطای استاندارد ۰/۰۵۱ معنی‌دار بوده به‌طوری‌که آماره تی آن برابر با ۱۳/۷۵۷ است.
 - تخمین‌های مربوط به مسیر «بعد فرهنگی» و «بعد طبیعی» نشان می‌دهد که مقدار آن برابر ۰/۶۳۹ با خطای استاندارد ۰/۰۵۹ معنی‌دار بوده به‌طوری‌که آماره تی آن برابر با ۱۰/۸۷۶ است.

- تخمین‌های مربوط به مسیر «بعد کالبدی» و «بعد انسانی» نشان می‌دهد که مقدار آن برابر ۱/۱۰۹ با خطای استاندارد ۰/۰۴۷ معنی‌دار بوده به‌طوری که آماره تی آن برابر با ۲۳/۷۹۶ است.
- تخمین‌های مربوط به مسیر «بعد کالبدی» و «بعد طبیعی» نشان می‌دهد که مقدار آن برابر ۰/۶۴۸ با خطای استاندارد ۰/۰۷۳ معنی‌دار بوده به‌طوری که آماره تی آن برابر با ۸/۸۸۶ است.
- تخمین‌های مربوط به مسیر «بعد انسانی» و «بعد طبیعی» نشان می‌دهد که مقدار آن برابر ۰/۷۴۵ با خطای استاندارد ۰/۰۶۰ معنی‌دار بوده به‌طوری که آماره تی آن برابر با ۱۲/۳۶۴ است.

جدول ۵. ماتریس کواریانس متغیرهای مستقل

متغیر	آزمون	سرمایه اقتصادی	سرمایه اجتماعی	سرمایه فرهنگی	سرمایه کالبدی	سرمایه انسانی	سرمایه طبیعی
سرمایه اقتصادی	مقدار	۱/۰۰۰					
	خطای استاندارد						
	آماره تی						
سرمایه اجتماعی	مقدار	۰/۸۱۳	۱/۰۰۰				
	خطای استاندارد	(۰/۰۴۰)					
	آماره تی	۲۰/۲۸۲					
سرمایه فرهنگی	مقدار	۰/۷۶۲	۰/۹۰۹	۱/۰۰۰			
	خطای استاندارد	(۰/۰۴۰)	(۰/۰۳۳)				
	آماره تی	۱۹/۲۳۸	۲۷/۵۱۴				
سرمایه کالبدی	مقدار	۰/۷۴۸	۰/۶۹۶	۰/۶۳۸	۱/۰۰۰		
	خطای استاندارد	(۰/۰۵۵)	(۰/۰۶۲)	(۰/۰۶۱)			
	آماره تی	۱۳/۵۰۲	۱۱/۱۵۷	۱۰/۴۰۴			
سرمایه انسانی	مقدار	۰/۷۱۳	۰/۷۴۱	۰/۶۹۹	۱/۱۰۹	۱/۰۰۰	
	خطای استاندارد	(۰/۰۵۰)	(۰/۰۵۲)	(۰/۰۵۱)	(۰/۰۴۷)		
	آماره تی	۱۴/۲۳۸	۱۴/۱۶۲	۱۳/۷۵۷	۲۳/۷۹۶		
سرمایه طبیعی	مقدار	۰/۷۱۰	۰/۶۴۲	۰/۶۳۹	۰/۶۴۸	۰/۷۴۵	۱/۰۰۰
	خطای استاندارد	(۰/۰۵۵)	(۰/۰۶۳)	(۰/۰۵۹)	(۰/۰۷۳)	(۰/۰۶۰)	
	آماره تی	۱۲/۹۳۴	۱۰/۲۴۶	۱۰/۸۷۶	۸/۸۸۶	۱۲/۳۶۴	

نتیجه‌گیری

در بررسی مزیت‌های استراتژیک مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستاهای گردشگری استان اردبیل براساس نتایج معادلات ساختاری علاوه بر معناداری تمامی ابعاد (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، فیزیکی، فردی، محیطی) متغیرهای «فرصت اشتغال برای زنان روستایی» و «تنوع منابع درآمدی» در بعد اقتصادی، متغیرهای «پذیرش عقاید و ارزش‌های جدید» و «ورود اهالی روستا به فعالیت‌های جدید» در بعد اجتماعی، متغیرهای «آداب رسوم و پوشش محلی» و «وجود آثار تاریخی و تمدن‌های قدیمی» در بعد فرهنگی، متغیرهای «دسترسی به امکانات رفاهی (آب، برق، گاز و...)» و «فضاسازی و بهبود کیفیت شبکه معابر روستایی» در بعد کالبدی، متغیرهای «توانایی انتقال تخصص و مهارت خود به دیگران نظیر فرزندان، دوستان یا آشنایان» و «وجود نشریات مشخص در روستا در راستای ایجاد تفکر خلاقانه در بین روستاییان» در بعد انسانی و متغیرهای «باغات و مزارع» و «اراضی بایر» در بعد طبیعی از تأثیرگذارترین متغیرها در این زمینه است. باتوجه به اینکه منابع استراتژیک از عوامل توسعه کارآفرینی و دستیابی به مزیت رقابتی به حساب می‌آید؛ مدتهاست که محققان آن را به عنوان نوعی از سرمایه دانسته‌اند که برای موفقیت و بهبود عملکرد ضروری است؛ این مزایا غالباً منابعی برای موفقیت فعلی و آینده رقابتی نسبت به سایر ارائه

دهندگان محصولات مشابه هستند. اگر یک شرکت یا کشور یا منطقه دارای مزیت استراتژیک است، ویژگی یا روش خاصی برای انجام کارها دارد که باعث موفقیت بیشتر از دیگران می‌شود. تجزیه و تحلیل مزیت استراتژیک به نکات مثبتی می‌پردازد و نشان می‌دهد یک منطقه دارای چه نقاط قوت منحصر به فردی است. در پژوهش حاضر علاوه بر بررسی مزیت‌های استراتژیک روستاهای گردشگری استان اردبیل در زمینه کارآفرینی گردشگری، عوامل دارای مقادیر بالای معناداری شناسایی شدند، این عوامل از قابلیت‌های منحصر بفرد منطقه هستند که باعث ارتقاء عملکرد در برابر رقبا می‌شود که می‌توان آنها را به عنوان عوامل رقابتی منطقه مورد مطالعه در نظر گرفت، که هدف اصلی کلیه کارآفرینان شناسایی این فرصت‌ها می‌باشد و برای رسیدن به آن تلاش می‌کنند. اگرچه پژوهشی مشابه با موضوع این تحقیق یافت نشده است، اما در بعضی از منابع، اشتراکاتی بین عوامل کلیدی تعیین شده توسط نتایج بعضی از تحقیقات مشابه مشاهده شد. بر اساس جدول (۶) می‌توان ادعا کرد که موضوعات مرتبط با نتایج تحقیق در نتایج برخی از مطالعات پراکنده بوده و با هم سازگاری دارند.

جدول ۶. انطباق مهمترین یافته‌های مطالعات قبلی در رابطه با مزیت‌های استراتژیک مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی

منابع							متغیرها
Li et al (2022)	Guo et al (2022)	Vlachou et al (2021)	Apostolopoulos et al (2020)	Kimbu et al (2019)	Connelly (2018)	Kline & Milburn, (2010)	
*				*			فرصت اشتغال برای زنان روستایی
			*				تنوع منابع درآمدی
							پذیرش عقاید و ارزش‌های جدید
				*			ورود اهالی روستا به فعالیت‌های جدید
							آداب رسوم و پوشش محلی
						*	وجود آثار تاریخی و تمدن‌های قدیمی
	*	*					دسترسی به امکانات رفاهی (آب، برق، گاز و...)
		*					فضاسازی و بهبود کیفیت شبکه معابر روستایی
							توانایی انتقال تخصص و مهارت خود به دیگران نظیر فرزندان، دوستان یا آشنایان
							وجود نشریات مشخص در روستا در راستای ایجاد تفکر خلاقانه در بین روستاییان
					*		باغات و مزارع
					*		اراضی بایر

پیشنهادهای

با توجه به نتیجه تحقیق و معناداری تمامی ابعاد (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، فیزیکی، انسانی، طبیعی) در بررسی مزیت‌های استراتژیک مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی می‌توان گفت از دیدگاه نظری فلوریدا^۱ منطقه‌های پیشرو و رقابت‌پذیر آنهایی هستند که در جذب افراد خلاق دارای مزیت رقابتی باشند. از نظر این دیدگاه رهبران اقتصادی آینده منطقه‌هایی خواهند بود که افراد خلاق، حاضر به زندگی در آنجا هستند. این دیدگاه با انگاشت "محیط خلاق" که نخستین بار توسط گونار تورنویست^۲ مطرح شد و کمی بعدتر از آن انگاشت "محیط نوآوری" فیلیپ آیدلوت^۳ جغرافیدان فرانسوی و انگاشت "شهر خلاق" پیترهال^۴ متفاوت است. چرا که "عامل انسانی" به عنوان پیشران رقابت‌پذیری منطقه‌ای اهمیت داشته و محیط تنها واسطه‌ای برای جذب آن است. حال آنکه انگاشت "محیط خلاق" یا "شهر خلاق" به نقش مکان و خلاقیت آن

1 . Florida

2 . Gunnar Tornqvist

3 . Philippe Aydalot

4 . Peter hall

توجه دارد. لیکن در هر دوی این انگاشت‌ها نقش مکان از منبع تأمین مواد اولیه به عنصر حیاتی در جذب مستعد‌ها یا خلاقیت تغییر پیدا کرده است. بنابراین با استناد به دیدگاه نظری فلوریدا و نتایج استخراج شده از پژوهش و اهمیت شاخص "تخصص و مهارت" پیشنهاد می‌شود آموزش نیروی انسانی از دو بعد دانشی و مهارتی، ترویج فرهنگ سفر و گردشگری از طریق آموزش‌های اجتماعی و عمومی، ارتقاء سطح مهارت‌های کاربردی نیروی انسانی صنعت گردشگری و آگاه‌سازی عمومی لازم به گردشگران و جامعه مورد توجه قرار گیرد.

با توجه به اهمیت شاخص انعطاف‌پذیری از دیدگاه پاسخگویان، باید گفت کارآفرینی در نواحی روستایی در جست و جوی ترکیب واحدی از منابع، هم در درون و هم در خارج از فعالیت‌های کشاورزی است. آنچه می‌توان برای تعریف مقوله کارآفرینی روستایی بکار برد عبارتست از: بکارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا در راستای شکار فرصت‌های کسب و کار. روستاها نیز همچون شهرها، مملو از فرصت‌های جدید و کشف نشده هستند که کشف و بهره‌برداری به موقع از این فرصت‌ها و ایجاد کسب و کارهای جدید و رقابت‌پذیر بر مبنای آن، می‌تواند مزایای اقتصادی چشمگیری برای روستاییان به همراه آورد. بنابراین دست‌اندرکاران توسعه کارآفرینی در روستاها بر دو فعالیت اصلی تأکید دارند: ۱- تشویق و حمایت از کارآفرینان روستایی برای ایجاد کسب و کارهای جدید. ۲- تشویق کسب و کارهای موجود به توسعه فعالیت‌ها و حرکت به سمت تحقق ایده‌های جدید و کارآمد. توسعه کارآفرینی در روستاها همچون شهرها مستلزم تأکید بر پیش‌نیاز اساسی توسعه فرهنگ کارآفرینی است، که نوعی فرهنگ اجتماعی است که رفتار کارآفرینانه را تشویق و حمایت می‌کند. بنابراین برای توسعه فرهنگ کارآفرینی چند مورد اساسی پیشنهاد می‌شود، ایجاد بستر لازم برای تربیت کارآفرینان روستایی، تشویق روستاییان به مشارکت فعالانه در طرح‌های کارآفرینی روستایی و تشویق سازمان‌های دولتی و غیردولتی به حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی در روستاها.

با توجه به اهمیت شاخص انرژی از دیدگاه پاسخگویان، ایجاد امکان دسترسی همگان به منابع و امکانات گردشگری، تسهیل دسترسی به خدمات حمل و نقل در مقصدهای گردشگری، توسعه زیرساخت‌های فناوری نوین و اطلاعاتی در منطقه، اعمال ملاحظات زیست‌محیطی در توسعه زیرساخت‌ها و امکانات گردشگری، ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز روستاهای هدف گردشگری از قبیل راه، خدمات رفاهی و اقامتی، دسترسی به انرژی با استفاده از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی پیشنهاد می‌شود.

منابع

- اکبری سامانی، ناهید؛ بدری، سیدعلی و سلمانی، محمد. (۱۳۹۲). ارزیابی گردشگری پایدار روستایی (مورد شناسی: بخش سامان - شهرستان شهرکرد)، *جغرافیا و آمایش شهری و منطقه‌ای*، ۹ (۳)، ۲۹-۴۸.
- پازکی، معصومه. (۱۴۰۱). نقش پیشران‌های انسانی کارآفرینی گردشگری در توسعه پایدار روستایی (مطالعه موردی: روستاهای دهستان فیلستان)، *نشریه علمی جغرافیا و برنامه‌ریزی*، سال ۲۶، شماره ۷۹، صص ۶۱-۷۷.
- جهان تیغ، حسنعلی؛ عنابستانی، علی‌اکبر؛ میرلطفی، محمودرضا و خوارزمی، امیدعلی. (۱۴۰۰). تحلیل فضایی شاخص‌های شکل‌گیری روستای خلاق در سکونتگاه‌های روستایی نمونه پژوهش: منطقه سیستان، *فصلنامه علمی برنامه‌ریزی فضایی (مقاله پژوهشی)*، ۱۱ (۱)، ۸۷-۱۱۴.
- خداپناه، کیومرث. (۱۴۰۱). ارزیابی و سنجش میزان تاب‌آوری روستاهای هدف گردشگری (مورد مطالعه: ناحیه اردبیل)، *نشریه علمی جغرافیا و برنامه‌ریزی*، سال ۲۶، شماره ۸۰، صص ۱۱۷-۱۳۱.
- 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)، ۹۵-۱۱۴.
- دادورخانی، فضیله؛ ایمنی‌قشلاق، سیاوش؛ رضوانی، محمدرضا و بوذرجمهری، خدیجه. (۱۳۹۰). تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه موردی روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)، *فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، ۳ (۷۸)، ۱۶۹-۱۹۵.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ پورطاهری، مهدی و فضلی، نفیسه. (۱۳۹۳). تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۳ (۸)، ۸۷-۱۰۷.
- سالاری‌پور، علی‌اکبر؛ عزیززاده جورکویه، فرنگیس؛ فریدی فشتمی، عالیه و یوسفی‌ماتک، حمیدرضا. (۱۴۰۱). شناسایی ظرفیت‌های توسعه کسب و کارهای خلاق روستایی از طریق گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی: روستای هنده‌خاله)، *گردشگری و اوقات فراغت*، ۷ (۱۳)، ۲۱-۳۶.
- سجاسی‌قیداری، حمدالله؛ رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و مهدوی، داوود. (۱۳۹۵). توسعه پایدار کارآفرینی گردشگری روستایی. تهران: انتشارات سمت.
- سجاسی‌قیداری، حمدالله؛ محمودی، حمیده و جعفری، فهیمه. (۱۳۹۶). تحلیل مهارت‌های کارآفرینی زنان در مناطق روستایی (مورد مطالعه: روستاهای مرکزی شهرستان فریمان)، *فصلنامه پژوهش‌های روستایی*، ۸ (۲)، ۲۴۳-۲۶۳.
- صفار، محمد و چرخکار، محمدصادق. (۱۳۹۹). نقش کارآفرینی استراتژیک در شناسایی و کشف فرصت‌های کارآفرینی، *فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، ۴ (۳)، ۱۰۰-۱۱۲.
- صفایی‌پور، مسعود و جعفری، یحیی. (۱۴۰۰). تحلیل وضعیت مؤلفه‌های گردشگری خلاق در کلانشهر تبریز به عنوان پایتخت گردشگری کشورهای اسلامی، *نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۲۱ (۶۰)، ۱۰۷-۱۲۶.
- صفری علی‌اکبری، مسعود، صادقی، حجت‌الله (۱۴۰۱) تحلیل موانع و راهبردهای توسعه گردشگری شهرستان دزپارت، *نشریه علمی جغرافیا و برنامه‌ریزی*، سال ۲۶، شماره ۸۲، صص ۱۲۵-۱۴۳.
- قاسمی، مریم و جوان، جعفر. (۱۳۹۳). تبیین رابطه تنوع‌بخشی فعالیت‌های اقتصادی و توسعه پایدار روستایی مطالعه موردی: شهرستان مشهد، *پژوهش‌های روستایی*، ۵ (۲)، ۲۳۷-۲۶۲.
- قدیری‌معصوم، مجتبی؛ غلامی، علی؛ محمدزاده لاریجانی، فاطمه و رضایی، حجت. (۱۳۹۶). الگوی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی شهرستان خوی با رویکرد الگوسازی ساختاری تفسیری، *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۶ (۳)، ۲۱-۳۹.
- میردسادات، پگاه. (۱۳۹۳). *طراحی الگوی سیاست توسعه پایدار کشاورزی با رویکرد کارآفرینانه*، رساله دکترای رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تربیت مدرس.
- مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۳). کارآفرینی و عوامل محیطی مؤثر بر آن، *فصلنامه فرهنگ مدیریت*، ۲ (۵)، ۷۷-۱۰۷.

- موسوی، سیدعلی؛ بیک‌محمدی، حسن و صرامی، حسین. (۱۴۰۰). تحلیلی بر نقش گردشگران خلاق فرهنگی در جذب گردشگران (مطالعه موردی، شهر اصفهان)، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی، ۱۰ (۳۷)، ۶۱-۷۸.
- Akbari Samani, N., Badri, D. S. A., & Salmani, D. M. (2014). Assessment of Sustainable Rural Tourism Case study: Saman District, Shahrekord County. *Geography and Territorial Spatial Arrangement*, 3(9), 29-48. doi: 10.22111/gaij.2014.1387. (in Persian) .
- Annisa, R. N., Sutono, A., Rahtomo, W., & Syam, R. (2023). The Study of Creative Experience in Alamendah Tourism Village. *International Journal on Recent Trends in Business and Tourism (IJRTBT)*, 7(1), 34-47. <https://doi.org/10.31674/ijmhs.2023.v07i01.003>.
- Apostolopoulos, N., Liargovas, P., Stavroyiannis, S., Makris, I., Apostolopoulos, S., Petropoulos, D., & Anastasopoulou, E. (2020). Sustaining rural areas, rural tourism enterprises and EU development policies: A multi-layer conceptualisation of the obstacles in Greece. *Sustainability*, 12(18), 7687. <https://doi.org/10.3390/su12187687>.
- Ardhala, A. D., Santoso, E. B., & Sulistyarso, H. (2016), Influence factors on the development of creative industry as tourism destination (case study: footwear village in Mojokerto city). *Procardia - Social and Behavioral Sciences*, 227 (2016), 671 – 679. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.06.131>.
- Arismayanti, N. K., Widyatmaja, I. G. N., & Wiraatmaja, I. W. (2019) Developing A Creative Economic-Based Village Tourism In Kendran Village Gianyar Regency. *Journal of A Sustainable Global South*, 3(1), 1-7. <http://dx.doi.org/10.24843/jsgs.2019.v03.i01.p01>.
- Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2017). Entrepreneurial ecosystems in cities: establishing the framework conditions. *Journal of Technology Transfer*, 42(5), 1030-1051. <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9473-8>.
- Baixinho, A., Santos, C., Couto, G., Soares de Albergaria, I., Sampaio da Silva, L., Damião Medeiros, P., & Maria Neves Simas, R. (2020). Creative Tourism on Islands: A Review of the Literature. *Sustainability*, 12:(10313), 1-25. <https://doi.org/10.3390/su122410313>.
- Bosma, N.S., C.M., van Praag, A.R., Thurik, & G. de Wit. (2004). the value of human and social capital investments for the business performance of startup. *Small Business Economics*, 23(2004), 227–236. <https://doi.org/10.1023/B:SBEJ.0000032032.21192.72>.
- Cakmak, E., Lie, R., & McCabe, S. (2018). Reframing informal tourism entrepreneurial practices: Capital and field relations structuring the informal tourism economy of Chiang Mai. *Annals of Tourism Research*, 72(2018), 37-47. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.06.003>.
- Carson, D.A., & Carson, D.B. (2017). International lifestyle immigrants and their contributions to rural tourism innovation: Experiences from Sweden's far north. *Journal of Rural Studies*, 64(1), 230 240. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.08.004>.
- Cassar, G. (2006). Entrepreneur opportunity cost and intended venture growth. *Journal of Business Venturing*, 21(2006), 610-632. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.02.011>.
- Cloesen, U. (2007). Entrepreneurship within Rural Tourism, A Private Walkway on Banks Peninsula. *New Zealand: Tourism*, 55(1), 81-91. <https://hrcak.srce.hr/24524>.
- Connelly, A. (2018). How can the entrepreneurship ecosystem in Guyana impact the tourism industry by 2025?. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(5), 569-580. <https://doi.org/10.1108/WHATT-05-2018-0033>.
- Covin, J.G., & Slevin, D.P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 16(1), 7-26. <https://doi.org/10.1177/104225879101600102>.
- Dabson, B., Malkin, J., Matthews, A., Pate, K., & Stickle, S. (2003). *Mapping rural entrepreneurship*. Washington, D.C.: Corporation for Enterprise Development.
- Dadvarkhani, F., Rezvani, M. R., Imeni Gheshlagh, S., & Bozarjemehry, K. (2011). Analyze the Role of Tourism in the Development of Rural Youth Entrepreneurship (The Case Study: Knadovan Village, Osku Province). *Human Geography Research*, 43(4), 169-196. https://jhgr.ut.ac.ir/article_24518.html?lang=en. (in Persian).

- Dias, A., Patuleia, M., & Dutschke, G. (2018). Shared Value Creation, Creative Tourism and Local Communities Development: The Role of Cooperation as an Antecedent. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 51(1), 9-25. <https://www.researchgate.net/publication/329659132>.
- Dinis, A. (2011). Tourism, niche strategy and networks as factors for both entrepreneurship and rural sustainability. *IX Rural Entrepreneurship Conference: A sustainable rural?*, 23-24 June 2011– Nottingham Business School. file:///C:/Users/sepanta/Downloads/109318-1.pdf.
- Dutta, N., & Sobel, R. S. (2018). Entrepreneurship and human capital: The role of financial development. *International Review of Economics & Finance*, 57, 319-332. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2018.01.020>.
- Ehsani, A. H. (2014). Practical tourism (concepts and models). Tehran: Tehran University Press. (in Persian).
- Einali, J., Mohammadi Yeganeh, B., & Ghasemlou, H. (2019). The Role of Creative Tourism in Sustainable Development of Rural Areas (Case Study: Historic-Cultural Villages in North-West of Iran). *Journal of Research and Rural Planning*, 8(2), 19-39. <https://doi.org/10.22067/jrrp.v8i2.67441>.
- Fatimah, S., & Wazni, Q.K. (2020) Development of Tourism Village Based On Agro-Creative And Disaster Consideration, case of Cikondang Village, Cingambul District, Majalengka Regency. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*, 466 (2020), 012022. DOI 10.1088/1755-1315/466/1/012022.
- Ghasemi, M., & Javan, J. (2014). Clarification of the Relationship between Diversification of Economic Activities and Sustainable Rural Development Case Study: Mashhad Township. *Journal of Rural Research*, 5(2), 237-262. doi: 10.22059/jrur.2014.52470. (in Persian).
- Gülümser, A.A., Levent, T.B., Nijkamp, P., & Poot, J. (2012). *The role of local and newcomer entrepreneurs in rural development: A comparative meta-analytic study*. Research Memorandum 2012-1, Faculty of Economics and Business Administration. <https://doi.org/10.1080/00343401003792500>.
- Guo, Y., Zhu, L., & Zhao, Y. (2022). *Tourism entrepreneurship in rural destinations: measuring the effects of capital configurations using the fs QCA approach*. *Tourism Review*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2022-0333>.
- Haber S., & A. Reichel. (2007). the cumulative nature of the entrepreneurial process: the contribution of human capital, planning and environmental resources to small venture performance. *Journal Business Venturing*, 22(2007), 119–145. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.09.005>.
- Hallak, R., Assaker, G., & Lee, C. (2015) Tourism entrepreneurship performance: The effects of place identity, self-efficacy, and gender. *Journal of Travel Research* 54(1), 36-51. <https://doi.org/10.1177/0047287513513170>.
- Ireland, R. D., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2003). *Antecedents, elements, and consequences of corporate entrepreneurship strategy*. In D. H. Nagao (Ed.), *Proceedings of the Sixty-third Annual Meeting of the Academy of Management* (CD), ISSN 1543–8643.
- Jafari, H., Eslami, M. H., & Paulraj, A. (2022). Postponement and logistics flexibility in retailing: The moderating role of logistics integration and demand uncertainty. *International Journal of Production Economics*, 243, 108319. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2021.108319>.
- Jahantigh, H., Anabestani, A., Mirlotfi, M., & Kharazmi, O. A. (2021). Spatial Analysis of Formation Indicators of Creative Village in Rural Settlements (Case Study: Sistan Region). *Spatial Planning*, 11(1), 87-114. doi: 10.22108/sppl.2020.123383.1505. (in Persian).
- Kallmuenzer, A., Peters, M. (2018). Entrepreneurial behaviour, firm size and financial performance: the case of rural tourism family firms. *Tourism Recreation Research*, 43(1), 2-14. <https://doi.org/10.1080/02508281.2017.1357782>.
- Kimbu, A. N., Ngoasong, M. Z., Adeola, O., & Afenyo-Agbe, E. (2019). Collaborative networks for sustainable human capital management in women's tourism entrepreneurship: The role of tourism policy. *Tourism Planning & Development*, 16(2), 161-178. <https://doi.org/10.1080/21568316.2018.1556329>.
- 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). *SPACE ECONOMY & RURAL DEVELOPMENT*, 12(43), 95-114 URL: <http://serd.khu.ac.ir/article-1-3912-fa.html>. (in Persian).
- Kline, C., & Milburn, L. A. (2010). Ten categories of entrepreneurial climate to encourage rural tourism development. *Annals of Leisure Research*, 13(1-2), 320-348. <https://doi.org/10.1080/11745398.2010.9686850>.
- Lafzi Ghazi, E. L., & Goede, M. (2017). Creative economy assessment: a case study of Kish Island. *International Journal of Social Economics*, 44(12), 1940-1956. <https://doi.org/10.1108/IJSE-05-2016-0141>.
- Lafzi Ghazi, E., & Goede, M. (2018). Creative industries: a case study of Isfahan, Iran. *International Journal of Social Economics*, 46(2), 271-287. <https://doi.org/10.1108/IJSE-09-2017-0409>.
- Li, Q., Zhang, H., Wu, M. Y., Wall, G., & Ying, T. (2022). Family matters: Dual network embeddedness, resource acquisition, and entrepreneurial success of small tourism firms in rural China. *Journal of Travel Research*, 61(8), 1757-1773. <https://doi.org/10.1177/00472875211047275>.
- Lofstrom, M., Bates, T., & Parker, S. C. (2013). Why are some people more likely to become small-business owners than others: Entrepreneurship entry and industry-specific barriers. *Journal of Business Venturing*, 29(2), 232-251, <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.01.004>.
- Lordkipanidze, M. (2002). *Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development, The case of Söderslätt region, Sweden*. Published by International Institute for Industrial Environmental Economics, Lund University.
- Lummus, R. R., Vokurka, R. J., & Duclos, L. K. (2005). Delphi study on supply chain flexibility. *International journal of production research*, 43(13), 2687-2708. <https://doi.org/10.1080/00207540500056102>.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172. <https://doi.org/10.5465/AMR.1996.9602161568>.
- Meridsadat, P. (2014). *Designing a sustainable agricultural development policy model with an entrepreneurial approach*. doctoral dissertation in the field of geography and rural planning, Tarbiat Modares University. (in Persian).
- Meccheri, N., & Pelloni, G. (2006). Rural Entrepreneurs and Institutional Assistance: an Empirical Study from Mountainous Italy. *Entrepreneurship and Regional Development*, 18 (1), 371-392. <https://doi.org/10.1080/08985620600842113>.
- Meyer, G. D., Heppard, K. A., & Heppard, K. A. (Eds.) (2000). *Entrepreneurship as strategy: Competing on the entrepreneurial edge*. Sage. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/entrepreneurship-as-strategy/book9344>.
- Mogimi, S. M. (1383). Entrepreneurship and environmental factors affecting it. *Management Culture Quarterly*, 2(5), 77-107. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/79973>. (in Persian).
- Mousavi, S. A., Beyk Mohammadi, H., & Sarami, H. (2022). An analysis of the role of creative cultural tourists in attracting tourists (case study, Isfahan city). *Quarterly Journal of Geography and Environmental Studies*, 10(37), 61-78. <https://doi.org/10.30495/jupm.2021.26406.3685>. (in Persian)
- Nair, A. (2005). Linking manufacturing postponement, centralized distribution and value chain flexibility with performance. *International Journal of Production Research*, 43(3), 447-463. <http://dx.doi.org/10.1080/00207540512331311886>.
- Najafi Toh Khokheh, P., & Azadi, S. (2018). *The importance of promoting entrepreneurship in tourism*. National Conference on Entrepreneurship and Management of Knowledge-Based Businesses. (in Persian).
- Opera Jouneghani, E., Talebi, P., Shateri, M. (2022). Estimating the Economic Value of Chaleshtor Castle Via Using the individual Travel Cost Method. *MJSP*, 26 (3), 130-151 URL: <http://hsmmp.modares.ac.ir/article-21-64935-fa.html>. (in Persian).

- Pimenta, C. A. M., Ribeiro, J. C., & Remoaldo, P. C. (2021) The relationship between creative tourism and local development: a bibliometric approach for the period 2009-2019. *Tourism & Management Studies*, 17(1), 5-18. <http://dx.doi.org/10.18089/tms.2021.170101>.
- Qadiri Maasom, M., Golami, A., Mohammadzadeh Larijani, F., & Rezai, H. (2016). Entrepreneurship development model in rural areas of Khoi city with interpretative structural modeling approach. *Space Economy and Rural Development*, 6(3), 21-39. <http://serd.khu.ac.ir/article-1-2902-fa.html>. (in Persian).
- Richards, G. (2019). Creative tourism: opportunities for smaller places?. *Tourism & Management Studies*, 15(S1), 7-10. <http://dx.doi.org/10.18089/tms.2019.15S101>.
- Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of tourism research*, 85, 102922. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>.
- Roknodin Eftekhari, A., Pourtaheri, M., & Fazli, N. (2014). Analysis of Factors Affecting the Development of Entrepreneurship in Rural Tourism. *Journal of Tourism Planning and Development*, 3(8), 87-107. (in Persian). https://tourismjournals.umz.ac.ir/article_664.html?lang=en.
- Rusu, S., Csorba, L. M., Cureteanu, R., & Isac, F. L. (2012). (Tourism Entrepreneurship and its Role in the Activity of SMEs in Romania. *Journal of Economics and Business Research*, 23(8), 20-30. <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=567304>.
- Safair Pour, M., Jafari, Y. (2021). Analysis of the status of creative tourism components in the metropolises of Tabriz as the capital of tourism in Islamic countries. *Journal of Applied Researches in Geographical Sciences*, 21 (60), 107-126 URL: <http://jgs.khu.ac.ir/article-1-3116-fa.html>. (in Persian).
- Safar, M., & Charkhkar, M. S. (2019). The role of strategic entrepreneurship in identifying and discovering entrepreneurial opportunities. *New Research Approaches Quarterly in Management and Accounting*, 4(3), 112-100. <https://ensani.ir/fa/article/424305>. (in Persian).
- Salaripour, A. A., Alizadeh Jorkouyeh, F., Faridi Foshtomi, A., & Yoosefi Matak, H. R. (2022). Identify the Capacity to Develop Rural Business and Creative Work through Agrotourism (Case Study: Hendekhaleh Village). *Tourism and Leisure Time*, 7(13), 21-36. doi: 10.22133/tlj.2022.336228.1041. (in Persian).
- Sharpley, R., Vassb, A. (2006). Tourism, Farming and Diversification: An Attitudinal Study. *Tourism management*, 27(2), 1040-1052. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2005.10.025>.
- Shunmei, L., & Zahari, Z. A. (2022). Cultural and Creative Design and Development of Rural Tourism from the Perspective of Rural Vitalization: Taking the Design of “Wulin Anecdote” as an Example. *Asian Journal of Arts, Culture and Tourism*, 4(1), 31-41. <https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ajact/article/view/17681>.
- Sojasi Qeidari, H., Mahmoodi, H., & Jafari, F. (2017). An Analysis of Entrepreneurial Skills of Women in Rural Areas: A Case Study of Villages in Central District of Fariman. *Journal of Rural Research*, 8(2), 242-263. doi: 10.22059/jrur.2017.62679. (in Persian).
- Sajasi-Qaidari, H., Rokuddin Eftekhari, A. R., & Mahdavi, D. (2015). *Sustainable development of rural tourism entrepreneurship*. Tehran: Samit Publications. (in Persian).
- Somnuxpong, S. (2020). Chiang Mai: A Creative City Using Creative Tourism Management. *Journal of Urban Culture Research*, 20 (2020), 112-132. <https://doi.org/10.14456/jucr.2020.8>.
- Souca, M.L. (2019). Revitalizing Rural Tourism through Creative Tourism: the Role and Importance of the Local Community. *MID Journal*, 2(2), 43-50. <http://dx.doi.org/10.2478/midj-2019-0009>.
- Vlachou, C., Iakovidou, O., Sergaki, P., & Menexes, G. (2021). The entrepreneurial environment in Greek rural areas: The entrepreneur’s viewpoint. *Sustainability*, 13(4), 1719. <https://doi.org/10.3390/su13041719>.
- Watson, R., Nielsen, K. R., Wilson, H. N., Macdonald, E. K., Mera, C., & Reisch, L. (2023). Policy for sustainable entrepreneurship: A crowdsourced framework. *Journal of Cleaner Production*, 383, 135234. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.135234>.

- Webb, J. W., Ketchen, J. D., & Ireland, R. D. (2010). Strategic entrepreneurship within family-controlled firms: Opportunities and challenges. *Journal of Family Business Strategy*, 1(1), 67–77. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2010.04.002>.
- Wilson, S., Fesenmaier, D., Fesenmaier, J., VanEs, J.C. (2001). Factors for Success in Rural Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 40 (8), 132-138. <http://dx.doi.org/10.1177/004728750104000203>.
- Youssef, A. B., Boubaker, S., & Omri, A. (2018). Entrepreneurship and sustainability: The need for innovative and institutional solutions. *Technological Forecasting and Social Change*, 129, 232–241. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.11.003>.
- Zadel, Z., Rudan, E. (2019). IN THE SEARCH FOR NEW EXPERIENCES – THE WAY TO CREATIVE TOURISM DEVELOPMENT. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 11(2), 3-20. https://emuni.si/wp-content/uploads/2020/01/IJEMS-2-2019_3-20.pdf.