Sari Agriculture Sciences and Natural Resources University

Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture Vol. 13, Issue 1, 2026 p: 41-55

OPEN ACCESS

Research Paper

Beyond Financial Rationality: A Behavioral and Motivational Explanation of Business Angels' Investment Intentions in Rural Tourism

Saeid Karimi[1], Saba Ahmadi[2] and Maryam Mahmoudi[3]

1- Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran, (Corresponding author: skarimi@basu.ac.ir)
2- Ph.D. Student, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran
3- Faculty Member, Seed and Plant Improvement Institute, Agricultural Research, Education and Extension Organization (AREEO), Karaj, Iran

Received: 31 July, 2025 Revised: 18 October, 2025 Accepted: 08 November, 2025

Extended Abstract

Background: In recent decades, rural tourism has emerged as one of the most effective approaches for sustainable development, local employment generation, poverty alleviation, and preservation of cultural and natural assets in rural areas. By leveraging local capacities, cultural attractions, and natural resources, rural tourism serves as an effective tool for the economic and social empowerment of rural communities. However, the development of rural tourism in many countries, particularly in Iran, faces challenges such as limited financial resources, weak infrastructure, and lack of institutional support. In this context, angel investment, as a flexible, timely, and incentive-driven funding source, can play a crucial role in the establishment and growth of rural tourism ventures. Unlike institutional investors, angel investors not only provide financial support but also offer managerial experience, networks, and strategic guidance to entrepreneurs. Recent research indicates that the behavior and decision-making of angel investors are influenced not only by financial evaluation but also significantly by personality traits, non-financial motivations, and even cognitive biases. Moreover, in rural tourism, cultural, social, and environmental factors may also play an important role in shaping investment behavior. Despite this, few studies have comprehensively analyzed the simultaneous role of economic, motivational, psychological, and environmental factors in angel investors' investment intentions. Therefore, the primary objective of the present study is to identify and analyze factors influencing angel investors' intention to invest in rural tourism entrepreneurial projects. A conceptual model with six key constructs—including idea value, economic feasibility of the project, incentives and motivations, personality traits, perceptual biases, and environmental barriers—was developed and empirically tested based on an extensive literature review and previous studies.

Methods: This study is applied in purpose and quantitative in nature, adopting a descriptive–analytical approach. The conceptual model was tested using structural equation modeling with partial least squares (SEM-PLS), which is suitable for relatively small samples and complex models. The population included angel investors, active micro-investors in tourism, and entrepreneurs with informal investment experience in rural ventures. Data were collected through a researcher-developed questionnaire, and 100 valid questionnaires were analyzed after screening. Content validity was confirmed through expert panel reviews, and reliability was assessed using Cronbach's alpha and composite reliability indices. For data analysis, the measurement model was first evaluated for validity and reliability. The structural model fit was then assessed using the SRMR index. Additionally, R^2 and Q^2 indicators were calculated to evaluate the model's predictive capability. Finally, hypotheses were tested using the bootstrap method.

Result: Quantitative analysis revealed that among the six studied variables, four—idea value, incentives and motivations, personality traits, and perceptual biases—had a significant effect on angel investors' intention to invest in rural tourism. Idea value emerged as one of the most influential factors in investment decisions. Key evaluation criteria for angels included innovation, alignment of the idea with cultural–environmental capacities of the village, potential for social value creation, and local impact. These findings align with prior studies emphasizing that intrinsic and innovative idea value plays a central role in initial screening. Incentives and motivations, both financial and non-financial, also showed positive and significant effects. Non-financial motivations, such as contributing to rural development, gaining social recognition, enjoyment from participating in the entrepreneurial process, and learning opportunities, play a crucial role in

Copyright ©2026 Karimi et al. Published by Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 Unported License which allows users to read, copy, distribute and make derivative works for non-commercial purposes from the material, as long as the author of the original work is cited properly.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-10-18]

[DOI: 10.61882/jea.2026.461]

angels' decision-making. Personality traits of angel investors were the strongest predictor of investment behavior; traits such as conscientiousness, emotional stability, openness to experience, and extraversion were most influential in their willingness to invest. In contrast, perceptual biases had a significant negative effect. Over-optimism, overconfidence, or reliance on limited experience can impair accurate risk assessment and reduce investment intention. On the other hand, economic feasibility and project profitability, as well as environmental barriers, were not significant, which contrasts with classical financial theory but aligns with recent research suggesting that motivational and psychological factors outweigh financial indicators in early-stage investments. It also appears that Iranian angel investors, when facing risky and opaque rural tourism environments, rely more on intuition, personal values, and social motivations than on economic analyses.

Conclusion: The study's findings indicate that decision-making by angel investors in rural tourism in Iran is multidimensional, individual-centered, and motivation-driven. Contrary to economic models that emphasize profitability and environmental conditions, the present results highlight the dominant role of personality traits, multi-level motivations, idea value, and perceptual biases in shaping investment intention. Therefore, the prevailing perspective in this domain should shift from "purely financial models" to "behavioral–motivational models." From a practical standpoint, the results provide valuable guidance for policymakers and rural development managers. Designing non-financial incentives, establishing local angel networks, providing specialized training on the tourism market, reducing environmental uncertainty, and generating innovative project ideas can enhance angel investors' participation. Entrepreneurs can also increase their chances of attracting investment by strengthening idea value, clarifying social objectives, and establishing effective communication with angels. Overall, this study offers a comprehensive, literature-based model that addresses gaps in angel investment research in rural tourism and proposes new pathways for development in this field.

Keywords: Cognitive Biases, Investment Decision-Making, Multi-level Motivations, Rural Sustainable Development, Participation Intention, Personality Traits, Structural Equation Modeling (SEM)

How to Cite this Article: Karimi, S., Ahmadi, S., & Mahmoudi, M. (2026) Beyond Financial Rationality: A Behavioral and Motivational Explanation of Business Angels' Investment Intentions in Rural Tourism. *J Entrepreneurial Strategies Agric,* 13(1), 41-55. DOI: 10.61882/jea.2026.461

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-10-18]

[DOI: 10.61882/jea.2026.461]

مقاله پژوهشی

فراتر از منطق مالی: تبیین رفتاری و انگیزشی تمایل فرشتگان کسب‌وکار به سرمایه‌گذاری در گردشگری روستایی

سعید کریمی[۱]، صبا احمدی[۲] و مریم محمودی[۳]

۱- دانشیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران، (نویسنده مسوول: skarimi@bas.ac.ir)
۲- دانشجوی دکتری، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران
۳- عضو هیات علمی، موسسه تحقیقات اصلاح و تهیه نهال و بذر، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، کرج، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۴/۲۴ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۸/۱۷
صفحه ۴۱ تا ۵۵

چکیده مبسوط

مقدمه و هدف: گردشگری روستایی در دهه‌های اخیر به‌عنوان یکی از کارآمدترین رویکردها برای توسعه پایدار، ایجاد اشتغال محلی، کاهش فقر و حفظ سرمایه‌های فرهنگی و طبیعی مناطق روستایی مطرح شده است. اتکا به ظرفیت‌های بومی، جذابیت‌های فرهنگی و طبیعت، این نوع گردشگری را به ابزاری موثر برای توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی جوامع روستایی تبدیل کرده است. با این‌حال، توسعه گردشگری روستایی در بسیاری از کشورها، به‌ویژه ایران، با چالش‌هایی همچون محدودیت منابع مالی، ضعف زیرساخت‌ها و نبود حمایت‌های نهادی روبه‌رو است. در چنین شرایطی، سرمایه‌گذاری فرشتگان کسب‌وکار به‌عنوان منبعی انعطاف‌پذیر، سریع و انگیزه‌محور می‌تواند نقش مهمی در شکل‌گیری و رشد کسب‌وکارهای گردشگری روستایی ایفا کند. فرشتگان کسب‌وکار برخلاف سرمایه‌گذاران نهادی، علاوه بر تامین مالی، تجربه مدیریتی، شبکه‌های ارتباطی و راهنمایی‌های راهبردی را نیز در اختیار کارآفرینان قرار می‌دهند. پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهند که رفتار و تصمیم‌گیری فرشتگان کسب‌وکار نه‌تنها تحت تاثیر ارزیابی مالی، بلکه شدیداً از ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه‌های غیرمالی و حتی سوگیری‌های شناختی تاثیر می‌پذیرند. همچنین، در حوزه گردشگری روستایی، عوامل فرهنگی، اجتماعی و محیطی نیز ممکن است نقش مهمی در شکل‌گیری رفتار سرمایه‌گذاری داشته باشند. با وجود این، پژوهش‌های اندکی به تحلیل جامع نقش هم‌زمان عوامل اقتصادی، انگیزشی، روان‌شناختی و محیطی بر قصد سرمایه‌گذاری فرشتگان پرداخته‌اند. بر این اساس، هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر تمایل فرشتگان کسب‌وکار به سرمایه‌گذاری در طرح‌های کارآفرینانه گردشگری روستایی است. برای این منظور، بر اساس مرور گسترده ادبیات و مطالعات پیشین، مدلی مفهومی با شش سازه کلیدی شامل ارزش ایده، قابلیت اقتصادی طرح، مشوق‌ها و انگیزه‌ها، ویژگی‌های شخصیتی، سوگیری‌های ادراکی و موانع محیطی تدوین شد. این مدل با استفاده از داده‌های تجربی آزمون و اعتبارسنجی گردید.

مواد و روش‌ها: این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، کمّی و توصیفی—تحلیلی است. برای آزمون مدل مفهومی، از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (SEM-PLS) استفاده شد که برای نمونه‌های نسبتاً کوچک و مدل‌های پیچیده مناسب است. جامعه پژوهش شامل فرشتگان کسب‌وکار، سرمایه‌گذاران خرد فعال در گردشگری و کارآفرینان دارای تجربه سرمایه‌گذاری غیررسمی در کسب‌وکارهای روستایی بود. داده‌ها از طریق پرسشنامه محقق‌ساخته جمع‌آوری شدند و پس از غربال‌گری، ۱۰۰ پرسشنامه معتبر تحلیل شد. روایی محتوایی پرسشنامه از طریق نظرخواهی از یک پانل متخصصان تایید شد. همچنین، پایایی ابزار با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و شاخص‌های پایایی ترکیبی مورد بررسی و تایید قرار گرفت. برای تحلیل داده‌ها، ابتدا مدل اندازه‌گیری از نظر روایی و پایایی مورد ارزیابی قرار گرفت. سپس برازش مدل ساختاری با استفاده از شاخص SRMR بررسی شد. همچنین، شاخص‌های ضریب تعیین (R^2) و اعتبار پیش‌بین (Q^2) برای ارزیابی توان پیش‌بینی مدل محاسبه شدند. در نهایت، فرضیه‌ها با استفاده از روش بوت‌استرپ آزمون شدند.

یافته‌ها: نتایج تحلیل‌های کمّی نشان دادند که در میان شش متغیر مطالعه‌شده، چهار متغیر ارزش ایده، مشوق‌ها و انگیزه‌ها، ویژگی‌های شخصیتی و سوگیری‌های ادراکی اثر معناداری بر قصد سرمایه‌گذاری فرشتگان کسب‌وکار در گردشگری روستایی داشتند. بر اساس یافته‌ها، ارزش ایده کسب‌وکار یکی از مهم‌ترین عوامل تاثیرگذار بر تصمیم سرمایه‌گذاری است. نوآوری، تناسب ایده با ظرفیت‌های فرهنگی–اقلیمی روستا، امکان خلق ارزش اجتماعی و پتانسیل تاثیرگذاری محلی از مهم‌ترین معیارهای ارزیابی فرشتگان شناخته شدند. این نتیجه با یافته‌های مطالعات پیشین همسو است که تاکید دارند ارزش ذاتی و نوآورانه ایده نقش محوری در غربالگری اولیه طرح‌ها دارد. همچنین، مشوق‌ها و انگیزه‌ها –اعم از مالی و غیرمالی– اثر مثبت و معناداری نشان دادند. انگیزه‌های غیرمالی نظیر کمک به توسعه روستایی، کسب اعتبار اجتماعی، لذت از مشارکت در فرایند کارآفرینی و یادگیری، نقش مهمی در تصمیم‌گیری فرشتگان دارند. نیرومندترین پیش‌بینی‌کننده رفتار سرمایه‌گذاری، ویژگی‌های شخصیتی فرشتگان کسب‌وکار بودند. ویژگی‌هایی مانند وظیفه‌شناسی، ثبات هیجانی، تجربه‌پذیری و برون‌گرایی بیشترین نقش را در تمایل آن‌ها به سرمایه‌گذاری داشتند. از سوی دیگر، سوگیری‌های ادراکی اثر منفی و معناداری داشتند. خوش‌بینی افراطی، اعتمادبه‌نفس بیش از حد، یا تکیه بر تجربه‌های محدود می‌توانند ارزیابی درست ریسک را مختل کنند و تمایل به سرمایه‌گذاری را کاهش دهند. در مقابل، قابلیت اقتصادی و سودآوری طرح و موانع محیطی دارای اثر معنادار نبودند. این یافته برخلاف انتظار نظریه‌های مالی کلاسیک است، اما با پژوهش‌های جدیدی که نشان می‌دهند در مراحل اولیه سرمایه‌گذاری، عوامل انگیزشی و روان‌شناختی بیش از شاخص‌های مالی نقش دارند، همسو است. همچنین، به نظر می‌رسد که فرشتگان کسب‌وکار در ایران در مواجهه با محیط‌های پرریسک و غیرشفاف گردشگری روستایی، بیشتر بر شهود، ارزش‌های شخصی و انگیزه‌های اجتماعی تا تحلیل‌های اقتصادی تکیه می‌کنند.

نتیجه‌گیری: یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که تصمیم‌گیری فرشتگان کسب‌وکار در حوزه گردشگری روستایی ایران، ماهیتی چندبعدی، فردمحور و انگیزه‌گرا دارد. برخلاف مدل‌های اقتصادی که سودآوری و شرایط محیطی را تعیین‌کننده می‌دانند، نتایج حاضر بیانگر نقش مسلط ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه‌های چندسطحی، ارزش ایده و سوگیری‌های ادراکی در تمایل سرمایه‌گذاری هستند. بنابراین، نگاه غالب در این زمینه باید از «مدل‌های صرفاً مالی» به «مدل‌های رفتاری–انگیزشی» تغییر یابد. از منظر کاربردی، نتایج می‌توانند راهنمای ارزشمندی برای سیاست‌گذاران و مدیران توسعه روستایی باشند. طراحی مشوق‌های غیر مالی، ایجاد شبکه‌های فرشتگان محلی، ارایه آموزش‌های تخصصی درباره بازار گردشگری، کاهش عدم شفافیت محیطی و تولید طرح‌های نوآورانه می‌توانند مشارکت فرشتگان کسب‌وکار را افزایش دهند. همچنین، کارآفرینان می‌توانند با تقویت ارزش ایده، تبیین اهداف اجتماعی و ایجاد ارتباط موثر با فرشتگان، شانس جذب سرمایه را افزایش دهند. در مجموع، پژوهش حاضر با ارایه مدلی جامع و مبتنی بر ادبیات نوین، شکاف موجود در مطالعات سرمایه‌گذاری فرشتگان کسب‌وکار در گردشگری روستایی را پر می‌کند و مسیرهای تازه‌ای را برای توسعه این حوزه ارایه می‌دهد.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-10-18]
[DOI: 10.61882/jea.2026.461]

واژه‌های کلیدی: انگیزه‌های چندسطحی، تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران، توسعه پایدار روستایی، سوگیری‌های شناختی، قصد مشارکت، مدل‌سازی معادلات ساختاری، ویژگی‌های شخصیتی

مقدمه

در دهه‌های اخیر، گردشگری روستایی به‌عنوان یکی از راهبردهای موثر در تحقق توسعه پایدار مناطق روستایی مورد توجه فزاینده پژوهشگران و سیاست‌گذاران قرار گرفته است (Rosalina *et al.*, 2021; Su, 2011; Yang *et al.*, 2021; Xiang *et al.*, 2025). این نوع گردشگری با اتکا به منابع طبیعی، میراث فرهنگی، شیوه‌های زیست‌بومی و سرمایه اجتماعی جوامع محلی، ظرفیت بالایی برای ایجاد اشتغال پایدار، تنوع‌بخشی به اقتصاد روستایی، افزایش تاب‌آوری معیشتی و کاهش مهاجرت نیروی کار دارد (Sharpley & Roberts, 2004; Lane & Kastenholz, 2015; Anzules-Falcones *et al.*, 2024). افزون بر این، گردشگری روستایی می‌تواند هم‌زمان به حفظ هویت فرهنگی، تقویت انسجام اجتماعی و حفاظت از محیط زیست کمک کند و از این منظر، یکی از ارکان کلیدی توسعه متوازن و پایدار تلقی می‌شود (Sharpley & Roberts, 2004; Rosalina *et al.*, 2021).

با وجود این ظرفیت‌ها، توسعه و پایداری کسب‌وکارهای گردشگری روستایی –به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه– با چالش‌های ساختاری متعددی مواجه است. یکی از مهم‌ترین این چالش‌ها، محدودیت دسترسی به منابع مالی و سرمایه‌گذاری در مراحل اولیه شکل‌گیری و رشد کسب‌وکار است. کاهش حمایت‌های مالی دولت‌ها، عدم تناسب نظام‌های تامین مالی رسمی با ماهیت کسب‌وکارهای کوچک و محلی، ریسک‌گریزی بانک‌ها و سرمایه‌گذاران نهادی، و نبود تضمین‌های مالی کافی موجب شده‌اند که بسیاری از طرح‌های کارآفرینانه گردشگری روستایی یا هرگز اجرایی نشوند یا در مراحل اولیه با شکست مواجه گردند (Ahmadi & Abbasi, 2021; Bigdeli *et al.*, 2025). این شرایط، وابستگی شدید کارآفرینان روستایی به منابع مالی غیر رسمی و انعطاف‌پذیر را تشدید کرده است.

در چنین بستری، فرشتگان کسب‌وکار به‌عنوان سرمایه‌گذاران فردی فعال در مراحل ابتدایی چرخه عمر کسب‌وکار، نقش فزاینده‌ای در تأمین مالی و توسعه طرح‌های نوآورانه ایفا می‌کنند. شواهد پژوهشی نشان می‌دهند که فرشتگان کسب‌وکار، علاوه بر سرمایه مالی، منابع نامشهودی همچون تجربه کارآفرینانه، دانش مدیریتی، شبکه‌های اجتماعی و نظارت راهبردی را در اختیار کارآفرینان قرار می‌دهند؛ امری که به‌ویژه در حوزه‌هایی با عدم قطعیت بالا مانند گردشگری روستایی، اهمیت مضاعفی دارد (Ramadani & Xu, 2023; Falcão *et al.*, 2023). این نوع سرمایه‌گذاری می‌تواند شکاف میان ایده‌های محلی و الزامات بازار را کاهش دهد و به افزایش نرخ بقا و پایداری کسب‌وکارهای روستایی منجر شود.

با این‌حال، بررسی ادبیات موجود نشان می‌دهد که بخش عمده پژوهش‌های مرتبط با فرشتگان کسب‌وکار در کشورهای توسعه یافته و عمدتاً بر حوزه‌های فناورانه و محیط‌های شهری متمرکز بوده‌اند (Arroyo-Revilla *et al.*, 2025; Falcão et al., 2023; Siefkes *et al.*, 2025) و سرمایه‌گذاری فرشتگان در گردشگری روستایی به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه همچنان یک حوزه کم مطالعه شده محسوب می‌شود. به‌ویژه، اگرچه عوامل اقتصادی و نهادی سرمایه‌گذاری تا حدی بررسی شده‌اند، اما نقش ویژگی‌های شناختی، انگیزشی و روان‌شناختی فرشتگان کسب‌وکار –نظیر ادراک ریسک، اهداف غیرمالی، ارزش‌های اجتماعی و نگرش‌های پایداری– کمتر به‌صورت یکپارچه تحلیل شده است (Radović, 2020; Solodoha *et al.*, 2024). این شکاف نظری موجب شده است که درک جامعی از منطق تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری در پروژه‌های گردشگری روستایی شکل نگیرد.

بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف توسعه و آزمون یک مدل مفهومی جامع انجام شده است که به‌طور هم‌زمان عوامل اقتصادی، انگیزشی، شناختی و شخصیتی مؤثر بر تمایل فرشتگان کسب‌وکار به سرمایه‌گذاری در طرح‌های گردشگری روستایی را بررسی می‌کند. نوآوری اصلی این پژوهش در ترکیب ابعاد مالی و غیرمالی سرمایه‌گذاری و تمرکز بر یک حوزه کمتر مطالعه‌شده اما راهبردی نهفته است. انتظار می‌رود که یافته‌های این تحقیق بتوانند مبنای علمی معتبری را برای سیاست‌گذاری توسعه روستایی، طراحی سازوکارهای جذب سرمایه‌گذاری خصوصی، و تقویت زیست‌بوم کارآفرینی و گردشگری پایدار در مناطق روستایی فراهم آورند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

گردشگری روستایی و اهمیت سرمایه‌گذاری

گردشگری روستایی به‌عنوان یکی از رویکردهای نوین توسعه پایدار، در دهه‌های اخیر توجه گسترده پژوهشگران و سیاست‌گذاران را به خود جلب کرده است. مطالعات اولیه نشان داده‌اند که گردشگری روستایی می‌تواند با تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی، ایجاد اشتغال و تقویت پیوندهای اجتماعی، نقش مهمی را در احیای اقتصادی و اجتماعی روستاها ایفا کند (Wilson *et al.*, 2001; Sharpley & Roberts, 2004; Xiang *et al.*, 2025). مطالعات اخیر نشان داده‌اند که گردشگری روستایی می‌تواند درآمد خانوارهای روستایی را افزایش دهد، مهاجرت معکوس به روستاها را تشویق کند، ساختار فعالیت‌های اقتصادی محلی را بازآرایی کند و رشد اقتصادی منطقه‌ای را تحریک نماید، که همگی به احیای جامع و پایدار روستاها کمک می‌کنند (Frisvoll, 2012; Gocer *et al.*, 2024; Martínez *et al.*, 2019; Moradi & Ahmadvand, 2020; Su, 2011; Wilson *et al.*, 2001). این کارکردها به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، که روستاها با محدودیت‌های ساختاری و اقتصادی مواجه‌اند، اهمیت بیشتری می‌یابد. با گسترش ادبیات، پژوهش‌های بعدی بر ابعاد چندگانه گردشگری روستایی تاکید کرده‌اند و آن را فرایندی پویا دانسته‌اند که هم‌زمان ابعاد اقتصادی، اجتماعی–فرهنگی، مدیریتی و محیطی را در بر می‌گیرد (Kumar et al., 2025; Martínez *et al.*, 2019). همچنین مرورهای نظام‌مند نشان می‌دهند که توسعه گردشگری روستایی نیازمند توجه هم‌زمان

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-10-18]

[DOI: 10.61882/jea.2026.461]

به چهار رکن اقتصادی، مدیریتی، اجتماعی–فرهنگی و زیرساختی است (Mohammadi *et al.*, 2022). مطالعات جدیدتر نیز نشان می‌دهند که موفقیت گردشگری روستایی بدون تامین مالی پایدار و جذب سرمایه‌گذاری خصوصی امکان‌پذیر نیست و ضعف سرمایه‌گذاری یکی از اصلی‌ترین موانع توسعه این بخش محسوب می‌شود (Gocer *et al.*, 2024; Kumar *et al.*, 2025). در این میان، سرمایه‌گذاری‌های خرد فعال و به‌ویژه فرشتگان کسب‌وکار[1] به‌عنوان بازیگران نوظهور تامین مالی، جایگاه ویژه‌ای را در اکوسیستم کارآفرینی پیدا کرده‌اند. این گروه نه‌تنها منابع مالی، بلکه دانش مدیریتی، تجربه عملی و شبکه‌های اجتماعی خود را در اختیار کارآفرینان قرار می‌دهند (Mason & Harrison, 2015; Karimi *et al.*, 2025). ماهیت اجتماعی، محلی و نوآورانه گردشگری روستایی، این بخش را به یکی از حوزه‌های بالقوه جذاب برای فرشتگان کسب‌وکار تبدیل می‌کند، هرچند که تصمیم‌گیری آنان صرفاً بر مبنای منطق اقتصادی انجام نمی‌شود.

فرشتگان کسب‌وکار: نقش و اهمیت

فرشتگان کسب‌وکار سرمایه‌گذاران فردی و فعال در مرحله نخست توسعه کسب‌وکار هستند که علاوه بر تامین منابع مالی، تجارب مدیریتی و شبکه‌های ارتباطی خود را نیز در اختیار کارآفرینان قرار می‌دهند (Mason & Harrison, 2015). این گروه معمولاً شامل کارآفرینان بازنشسته یا مدیران با سابقه می‌شود که از تحمل ریسک بالاتری برخوردارند و انگیزه‌های مالی و غیرمالی متعددی دارند که بر تصمیمات سرمایه‌گذاری آن‌ها اثرگذار است (Ahmadi *et al.,* 2024). تحقیقات متعدد نشان می‌دهد انگیزه‌های فرشتگان کسب‌وکار ترکیبی از دغدغه‌های مالی، اجتماعی و روان‌شناختی است. بخشی از سرمایه‌گذاران به‌دنبال کسب بازده مالی مطلوب هستند، در حالی که برخی دیگر بیشتر به‌دنبال خلق ارزش اجتماعی، مشارکت در توسعه کارآفرینی محلی، و انتقال تجارب خود هستند (Falcão *et al.*, 2023). یافته‌های لانگ و همکاران (Lange *et al.*, 2024) بر نقش چندبعدی فرشتگان کسب‌وکار در تامین مالی و توسعه زیست‌بوم کارآفرینی تاکید دارند. این مطالعه نشان داد که فرشتگان کسب‌وکار علاوه بر سرمایه مالی، خدمات ارزش‌افزوده‌ای مانند مربیگری، انتقال تجربه و گسترش شبکه‌های تجاری را به استارتاپ‌ها ارایه می‌دهند. همچنین سرمایه‌گذاری آن‌ها تاثیر مثبتی بر نرخ بقای استارتاپ‌ها دارد، هرچند که شرایط محیطی نیز می‌توانند بر این تاثیر اثرگذار باشند. این نقش در بخش‌هایی مانند گردشگری روستایی، که با عدم‌قطعیت بالا و وابستگی به بستر محلی همراه است، اهمیت مضاعف پیدا می‌کند.

رویکردهای نظری در تحلیل رفتار سرمایه‌گذاری فرشتگان

۱- رویکرد مالی

بر اساس نظریه‌های مالی کلاسیک، سرمایه‌گذاران به‌عنوان کنشگران عقلانی در نظر گرفته می‌شوند که تصمیمات‌شان بر اساس مقایسه ریسک و بازده صورت می‌گیرد (Fama, 1970; Markowitz, 1952). از این دیدگاه، انگیزه اصلی فرشتگان کسب‌وکار کسب سود سرمایه‌ای و بهره‌برداری از فرصت‌های نوظهور است (Benjamin & Margulis, 2005; Morrissette, 2007). بر اساس ادبیات موجود هم اهداف اقتصادی معمول‌ترین دلایل سرمایه‌گذاری فرشتگان کسب وکار محسوب می‌شوند (Croce *et al.*, 2020; Falcão *et al.,* 2023). عواملی همچون ارزش ایده کسب‌وکار و قابلیت اقتصادی و سودآوری طرح را می‌توان در این چارچوب تبیین کرد.

۲- رویکرد رفتاری

اقتصاد رفتاری و روان‌شناسی نشان می‌دهد که تصمیمات سرمایه‌گذاران همواره عقلانی نیست و تحت تاثیر احساسات، تجربیات و سوگیری‌های شناختی قرار دارد (Kahneman & Tversky, 1979; Barberis & Thaler, 2003). کاهنمن و تورسکی (Kahneman & Tversky, 1979) در نظریه چشم‌انداز[2] استدلال می‌کنند که ارزیابی‌های سرمایه‌گذاری بر اساس ادراک ذهنی از ارزش انجام می‌شود. آنها بیان می‌کنند که تصمیم‌گیری افراد در شرایط عدم‌اطمینان، برخلاف فرض عقلانیت کامل، بر پایه ادراک ذهنی ارزش و وزن‌دهی روان‌شناختی به احتمالات، نه ارزش‌های عینی و احتمالات واقعی، انجام می‌شود. فرشتگان کسب‌وکار گاهی حتی با بازده مالی پایین‌تر سرمایه‌گذاری می‌کنند تا انگیزه‌های دیگری مانند هیجان ناشی از ریسک‌پذیری، رضایت شخصی یا ارتقای جایگاه اجتماعی را برآورده سازند (Freear *et al.*, 1995; Rose, 2014). در این چارچوب، متغیرهای ویژگی‌های شخصیتی و سوگیری‌های ادراکی معنا پیدا می‌کنند.

۳- عوامل محیطی و ساختاری

نهادهای حاکمیتی، سیاست‌های حمایتی، و بسترهای قانونی نیز می‌توانند بر تصمیم سرمایه‌گذاران اثرگذار باشند. یافته‌های حسام و همکاران (Hesam *et al.*, 2016) نشان می‌دهند که عواملی چون ساختارهای نهادی، سیاست‌گذاری‌ها، ویژگی‌های فضایی و تبلیغات می‌توانند سرمایه‌گذاری در گردشگری روستایی را تسهیل یا محدود کنند. با این حال، نتایج مرحله سوم تحقیق حاضر نشان دادند که موانع محیطی در جذب مشارکت فرشتگان کسب‌وکار در طرح‌های گردشگری روستایی تاثیر معناداری نداشتند؛ این یافته با دیدگاه‌های کل‌نگر همسو است که بر نقش انگیزه‌ها و ویژگی‌های فردی بیش از محدودیت‌های محیطی تاکید دارند (Lange *et al.*, 2024).

٤- رویکرد جامع یا کل‌نگر

مطالعات اخیر، تصویری چندبعدی و سلسله‌مراتبی را از انگیزه‌های فرشتگان ارایه می‌دهند (Peterson & Murtha, 2010; Falcão *et al.*, 2023). نظریه رفتار هدف‌مند[3] (Bagozzi & Edwards, 1998) و نظریه نردبانی[4] (Reynolds & Gutman, 1988) نشان می‌دهند که اهداف

[1] Business angels
[2] Prospect Theory
[3] Goal-directed Behavior
[4] Laddering Theory

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-10-18]
[DOI: 10.61882/jea.2026.461]

سرمایه‌گذاران در سطوح مختلف سازماندهی می‌شوند: اهداف ملموس مانند بازده مالی در خدمت تحقق اهداف انتزاعی‌تر همچون اعتبار اجتماعی یا رضایت شخصی قرار دارند. بر این اساس، مشوق‌ها و انگیزه‌های مالی و غیر مالی می‌توانند از مهم‌ترین متغیرهای تاثیرگذار در قصد مشارکت فرشتگان محسوب شوند.

به‌طور کلی، ادبیات موضوع نشان می‌دهد که تحلیل قصد مشارکت فرشتگان کسب‌وکار نیازمند رویکردی جامع است که عوامل اقتصادی، رفتاری، انگیزشی و محیطی را هم‌زمان در نظر گیرد. تصمیمات سرمایه‌گذاری این گروه تنها بر پایه بازده اقتصادی شکل نمی‌گیرد، بلکه ویژگی‌های شخصیتی، ادراکات ذهنی و انگیزه‌های اجتماعی نیز نقش تعیین‌کننده‌ای دارند.

پیشینه پژوهش

مطالعات نظام‌مند نشان می‌دهند که عوامل توسعه گردشگری روستایی را می‌توان در چهار حوزه عمده دسته‌بندی کرد: اقتصادی (ظرفیت سرمایه‌گذاری، اشتغال، درآمدزایی)، مدیریتی (برنامه‌ریزی دولت و مدیریت محلی)، اجتماعی–فرهنگی (مشارکت جامعه، امنیت، پذیرش فرهنگی) و جاذبه‌ها و زیرساخت‌ها (طبیعی، اقامتی، دسترسی) (Mohammadi *et al.*, 2022). در ایران، پژوهش‌های اولیه عمدتاً بر نقش گردشگری روستایی در توسعه محلی و ایجاد اشتغال تمرکز داشته‌اند. به‌عنوان نمونه، مطالعه‌ی حسام و همکاران در منطقه لاریجان (Hesam *et al.,* 2016)، با رویکرد نظریه داده بنیاد نشان داد که عواملی همچون سرمایه و بازده اقتصادی، مقررات و سیاست‌گذاری‌ها، ویژگی‌های فضایی و زیرساختی، تبلیغات، شرایط فرهنگی–اجتماعی و حضور نهادهای محلی از مهم‌ترین محرک‌های جذب سرمایه‌گذاری محسوب می‌شوند. مطالعات بعدی به شناسایی چالش‌های سرمایه‌گذاری و نقش سیاست‌های حمایتی پرداخته‌اند و نشان داده‌اند که ضعف نظام تامین مالی یکی از موانع اصلی توسعه این بخش است. برای نمونه، پژوهش نظری و همکاران (Nazari *et al.*, 2025) نشان داد که موانع اقتصادی–ساختاری شامل محدودیت دسترسی به منابع مالی، ضعف حمایت‌های نهادی و سیاستی، نبود زیرساختهای آموزشی تخصصی و ناکارآمدی نهادهای محلی، مهمترین عامل بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی گردشگری روستایی در منطقه‌ی اردل و کوهرنگ هستند. پژوهش‌های جدیدتر داخلی به‌طور مشخص به نقش سرمایه‌گذاران خصوصی و فرشتگان کسب‌وکار پرداخته‌اند. نتایج این مطالعات نشان می‌دهند که علاوه بر عوامل اقتصادی، متغیرهای فردی و انگیزشی سرمایه‌گذاران نقش تعیین‌کننده‌ای در تمایل آنان به مشارکت در طرح‌های گردشگری روستایی دارند (Karimi *et al.*, 2025).

در سطح بین‌المللی، پژوهش‌های اولیه گردشگری روستایی را به‌عنوان ابزاری مؤثر برای تحقق توسعه پایدار، تنوع‌بخشی به اقتصاد محلی و تقویت تاب‌آوری جوامع روستایی معرفی کرده‌اند (Wilson *et al.*, 2001). با گسترش این ادبیات، توجه پژوهشگران به موانع ساختاری توسعه گردشگری روستایی معطوف شده است. به‌عنوان نمونه، مطالعه رادوویچ (Radović, 2020) در صربستان نشان می‌دهد که کمبود منابع مالی و نبود سازوکارهای کارآمد تأمین مالی، یکی از اصلی‌ترین موانع توسعه پایدار گردشگری روستایی به‌شمار می‌رود و همین امر، ظرفیت جذب سرمایه‌گذاری در این بخش را به‌شدت محدود می‌کند. آلت‌مایر و فیش (Altmeier & Fisch, 2024) در مطالعه‌ای با هدف بررسی ارتباط ویژگی‌های روان‌شناختی فرشتگان کسب‌وکار و تصمیم به سرمایه‌گذاری توسط آنان دریافتند که ویژگی‌های روان‌شناختی مانند نفوذ، ریسک‌پذیری و تفکر تحلیلی می‌توانند بر احتمال سرمایه‌گذاری فرشتگان کسب‌وکار اثر بگذارند و این مطالعه اهمیت ویژگی‌های روان‌شناختی در سرمایه‌گذاری فرشتگان کسب وکار را برجسته ساخت. مرورهای نظام‌مند اخیر حاکی از آن هستند که اگرچه اهمیت سرمایه‌گذاری برای توسعه گردشگری روستایی به‌خوبی در ادبیات شناسایی شده است، اما نقش سرمایه‌گذاران خرد و به‌ویژه ابعاد رفتاری و تصمیم‌گیری آنان همچنان کمتر به‌صورت عمیق و نظام‌مند مورد بررسی قرار گرفته است (Utami *et al.*, 2023; Shongwe *et al.*, 2024). در همین راستا، پژوهش شونگوه و همکاران (Shongwe *et al.*, 2024) پنج عامل ساختاری و نهادی را به‌عنوان پیش‌شرط‌های ایجاد یک محیط توانمندساز برای سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی شناسایی کرده است: وجود بازار و شناخت نیازهای مشتری، حمایت‌های قانونی و نهادی، دسترسی به زیرساخت‌ها، در دسترس بودن زمین و سیاست‌های کاربری آن، و مشارکت فعال جامعه محلی. این عوامل، به‌ویژه «شناخت بازار» و «مشارکت جامعه»، برای فرشتگان کسب‌وکار اهمیت حیاتی دارند، زیرا ریسک بازار و پذیرش اجتماعی از عناصر کلیدی تصمیم‌گیری آنها محسوب می‌شوند.

مرور ادبیات نشان می‌دهد که با وجود رشد قابل‌توجه پژوهش‌ها در حوزه گردشگری روستایی و کارآفرینی، نقش فرشتگان کسب‌وکار به‌عنوان سرمایه‌گذاران فعال در این بخش همچنان کمتر مورد توجه قرار گرفته است. به‌ویژه، مطالعات موجود عمدتاً بر عوامل اقتصادی و نهادی تمرکز داشته‌اند و کمتر به ترکیب متغیرهای فردی، شناختی و انگیزشی با شرایط محیطی پرداخته‌اند. بر این اساس، پژوهش حاضر با ارایه یک مدل مفهومی جامع که هم‌زمان ابعاد مالی، رفتاری و انگیزشی را در نظر می‌گیرد، تلاش می‌کند تا این شکاف را پر کند و درک دقیق‌تری را از عوامل مؤثر بر قصد مشارکت فرشتگان کسب‌وکار در سرمایه‌گذاری طرح‌های گردشگری روستایی ارایه دهد.

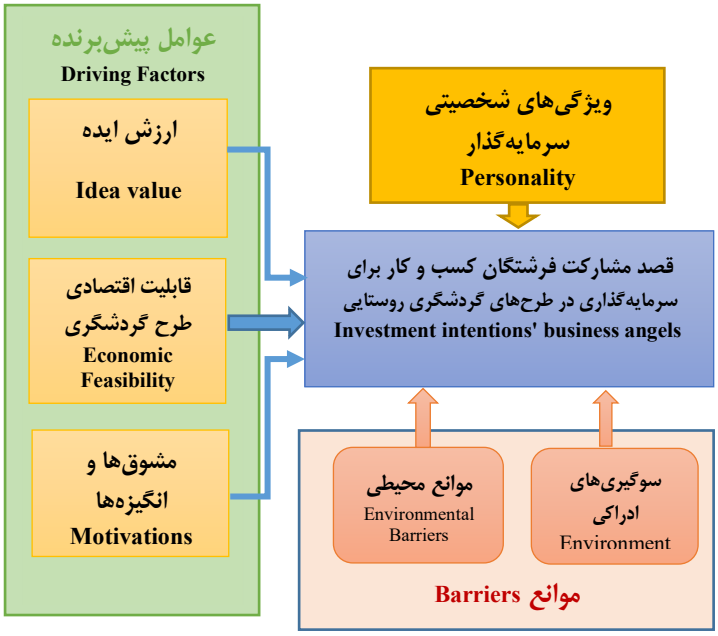
مدل مفهومی پژوهش

با اتکا به یافته‌های دو مرحله پژوهش (Ahmadi *et al.*, 2024; Karimi *et al.*, 2025) و مرور ادبیات، مدل مفهومی پژوهش شامل شش متغیر مستقل است که بر قصد مشارکت فرشتگان کسب‌وکار در سرمایه‌گذاری طرح‌های گردشگری روستایی اثر می‌گذارند (شکل ۱): ارزش ایده کسب‌وکار؛ قابلیت اقتصادی و سودآوری طرح، مشوق‌ها و انگیزه‌ها (مالی و غیر مالی)، موانع محیطی و بیرونی، سوگیری‌های ادراکی و ویژگی‌های شخصیتی سرمایه‌گذار. این مدل، ابعاد مالی، رفتاری

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-10-18]
[DOI: 10.61882/jea.2026.461]

و کل‌نگر تصمیم‌گیری فرشتگان کسب‌وکار را هم‌زمان تبیین می‌کند.

همان‌طور که اشاره شد، از منظر نظری هر یک از متغیرها ریشه در چارچوب‌های مشخصی دارند. ارزش ایده کسب‌وکار و قابلیت اقتصادی و سودآوری طرح بر مبنای نظریه‌های مالی کلاسیک (Markowitz, 1952; Fama, 1970) تبیین می‌شوند که تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران را مبتنی بر عقلانیت اقتصادی و ارزیابی ریسک و بازده در نظر می‌گیرد. ویژگی‌های شخصیتی و سوگیری‌های ادراکی سرمایه‌گذاران در چارچوب نظریه‌های رفتاری و اقتصاد شناختی (Kahneman & Tversky, 1979; Barberis & Thaler, 2003) توضیح داده می‌شوند که بر تاثیر هیجانات، خطاهای ادراکی و ویژگی‌های فردی بر تصمیم‌گیری تاکید دارند. مشوق‌ها و انگیزه‌ها و همچنین نقش محدود موانع محیطی با استفاده از نظریه رفتار هدف‌مند و نظریه نردبانی (Bagozzi & Edwards, 1998; Reynolds & Gutman, 1988; Lange *et al.*, 2024) تبیین می‌شوند. این نظریه‌ها انگیزه‌های سرمایه‌گذاران را چندسطحی و سلسله‌مراتبی در نظر می‌گیرند و علاوه بر اهداف مالی، اهداف اجتماعی، روان‌شناختی و ارزش‌های شخصی را نیز در تصمیم‌گیری دخیل می‌دانند. بر این اساس، مدل مفهومی پژوهش حاضر یک رویکرد ترکیبی ارایه می‌دهد که عوامل اقتصادی، شناختی و انگیزشی را به‌طور هم‌زمان در تحلیل قصد مشارکت فرشتگان کسب‌وکار در طرح‌های گردشگری روستایی لحاظ می‌کند.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش
Figure 1. Research conceptual model

فرضیه‌های پژوهش

کیفیت و نوآوری در ایده‌های کارآفرینانه، از عوامل کلیدی در جذب سرمایه فرشتگان کسب‌وکار هستند. مطالعات نشان می‌دهند که ایده‌ای که از نظر تناسب با بازار، تناسب فرهنگی–اقلیمی، و نوآوری دارای ارزش افزودهی روشن باشد، جذابیتِ بیشتری برای سرمایه‌گذاران اولیه دارد (Benjamin & Margulis, 2005; Croce *et al.*, 2020). همچنین یافته‌های تجربی نشان می‌دهند که شاخص‌های مرتبط با «ارزش ایده» از معیارهای اولیه‌ی ارزیابی توسط فرشتگان هستند.

فرضیه ۱: ارزش ایده کسب‌وکار تاثیر مثبت و معناداری بر قصد مشارکت فرشتگان کسب‌وکار دارد.

از دیدگاه نظریه‌های مالی کلاسیک (Fama, 1970; Markowitz, 1952)، سرمایه‌گذاران به‌دنبال بیشینه‌سازی سود و کمینه‌سازی ریسک هستند. بنا بر این، سودآوری و توجیه اقتصادی طرح‌ها یکی از مهم‌ترین عوامل در تصمیم سرمایه‌گذاری است. شواهد پژوهشی نشان می‌دهند که طرح‌هایی با چشم‌انداز مالی روشن و نرخ بازگشت سرمایه مطلوب، جذابیت بیشتری برای سرمایه‌گذاران دارند (Mason *et al.*, 2019). مطالعات فرشتگان نشان داده‌اند که معیارهای مالی مانند دوره بازگشت، برآورد بازده و ساختار تأمین مالی از عوامل کلیدی در غربالگری اولیه‌اند (Skalicka *et al.*, 2023).

فرضیه ۲: قابلیت اقتصادی و سودآوری طرح تاثیر مثبت و معناداری بر قصد مشارکت فرشتگان کسب‌وکار دارد.

علاوه بر منافع مالی مستقیم، مشوق‌هایی همچون معافیت‌های مالیاتی، حمایت‌های نهادی و حتی انگیزه‌های اجتماعی و روانی می‌توانند قصد سرمایه‌گذاری را تقویت کنند. مطالعات جدید نشان داده‌اند که انگیزه‌های غیرمالی مانند کسب اعتبار اجتماعی، یادگیری، هیجان ناشی از همراهی با کارآفرینان جوان، یا کمک به توسعه جامعه محلی نیز برای بسیاری از فرشتگان کسب‌وکار اهمیت دارد (Peterson & Murtha, 2010; Lange *et al.*, 2024).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-10-18]
[DOI: 10.61882/jea.2026.461]

فرضیه ۳: مشوق‌ها و انگیزه‌های درونی و بیرونی تاثیر مثبت و معناداری بر قصد مشارکت فرشتگان کسب‌وکار دارند.

شخصیت سرمایه‌گذاران بر تصمیمات آنان اثر چشمگیری دارد. مطالعات نشان داده‌اند که ویژگی‌هایی مانند ریسک‌پذیری، برون‌گرایی و نوآوری‌پذیری، احتمال مشارکت در سرمایه‌گذاری‌های نوآورانه و پرریسک را افزایش می‌دهد (Ramadani, 2012; Rose, 2014). بنابراین، تیپ شخصیتی می‌تواند عاملی کلیدی در تمایل فرشتگان کسب‌وکار به سرمایه‌گذاری در طرح‌های گردشگری روستایی باشد.

فرضیه ۴: ویژگی‌های شخصیتی سرمایه‌گذار تاثیر مثبت و معناداری بر قصد مشارکت فرشتگان کسب‌وکار دارند.

عوامل محیطی مانند بی‌ثباتی اقتصادی، ضعف زیرساخت‌ها، بروکراسی اداری و نبود حمایت‌های قانونی می‌توانند مانع سرمایه‌گذاری شوند. حسام و همکاران (Hesam *et al.*, 2016) در پژوهش خود بر گردشگری روستایی ایران نشان دادند که موانع محیطی و نهادی از جمله چالش‌های اصلی در جذب سرمایه هستند.

فرضیه ۵: موانع محیطی و بیرونی تاثیر منفی بر قصد مشارکت فرشتگان کسب‌وکار دارند.

اقتصاد رفتاری نشان می‌دهد که تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران همواره تحت تاثیر سوگیری‌هایی مانند خوش‌بینی افراطی، اعتمادبه‌نفس بیش‌ازحد یا قضاوت‌های مبتنی بر تجربه شخصی قرار دارد (Kahneman & Tversky, 1979; Shleifer, 2000). چنین سوگیری‌هایی می‌توانند منجر به ارزیابی نادرست فرصت‌های سرمایه‌گذاری شوند و از این رو تمایل به مشارکت در طرح‌های خاص را کاهش دهند.

فرضیه ۶: سوگیری‌های ادراکی سرمایه‌گذار تاثیر منفی و معناداری بر قصد مشارکت فرشتگان کسب‌وکار دارند.

مواد و روش‌ها

پارادایم پژوهش: هستی‌شناسی و معرفت‌شناسی

پژوهش حاضر در چارچوب پارادایم اثبات‌گرایی تعدیل‌شده[1] انجام شده است. از منظر هستی‌شناسی، این پژوهش بر این فرض استوار است که واقعیت‌های اجتماعی مرتبط با رفتار سرمایه‌گذاری فرشتگان کسب‌وکار وجودی عینی دارند، اما درک آن‌ها همواره کامل و مطلق نیست و می‌تواند تحت تاثیر خطاهای ادراکی و محدودیت‌های شناختی قرار گیرد. از منظر معرفت‌شناسی، پژوهش رویکردی عینی-تجربی دارد؛ به این معنا که شناخت پدیده مورد مطالعه از طریق گردآوری داده‌های کمّی، آزمون فرضیه‌ها و تحلیل روابط علّی میان متغیرها حاصل می‌شود. انتخاب روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (SEM-PLS) نیز با این دیدگاه معرفت‌شناختی سازگار است، زیرا امکان آزمون هم‌زمان روابط پیچیده میان سازه‌های نظری را فراهم می‌کند.

طرح پژوهش و مدل پیاز پژوهش

همان‌طور که بیان شد، این پژوهش از نظر فلسفه پژوهش، پسا اثبات‌گرایانه است و داده‌ها به‌صورت عینی و قابل سنجش گردآوری و تحلیل شده‌اند. رویکرد پژوهش قیاسی است؛ به این معنا که چارچوب نظری بر اساس مطالعات پیشین تدوین و سپس با استفاده از داده‌های کمی مورد آزمون قرار گرفته است. راهبرد پژوهش، پیمایش است و از ابزار پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. این مطالعه از نظر روش از نوع کمّی و تک‌روشی است و صرفا بر تحلیل داده‌های عددی استوار است. قلمرو زمانی پژوهش نیز تک‌مقطعی است و داده‌ها در پاییز ۱۴۰۳ گردآوری شدند. برای تبیین ساختار روش‌شناسی پژوهش، اجزای آن بر اساس مدل پیاز پژوهش ساوندرز و همکاران (Saunders *et al.*, 2009) به‌صورت خلاصه در جدول ۱ ارایه شده‌اند.

جدول ۱- خلاصه روش تحقیق بر اساس مدل پیاز پژوهش

Table 1. Research Design Based on the Research Onion Model

لایه پیاز پژوهش Research Onion Layer	مؤلفه انتخاب‌شده در این پژوهش Selected Approach
پارادایم پژوهش Research Paradigm	اثبات‌گرایی تعدیل‌شده Post-Positivism
رویکرد پژوهش Research Approach	قیاسی Deductive
راهبرد پژوهش Research Strategy	پیمایشی Survey
روش پژوهش Methodological Choice	کمی Quantitative
افق زمانی Time Horizon	مقطعی Cross-sectional
ابزار گردآوری داده‌ها Data Collection Tool	پرسشنامه محقق‌ساخته Self-administered questionnaire
روش تحلیل داده‌ها Data Analysis Technique	مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی SEM-PLS
نرم‌افزارهای مورد استفاده Software	SmartPLS 4 ،SPSS 27

جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و معیارهای انتخاب نمونه

جامعه آماری پژوهش شامل فرشتگان کسب‌وکار و سرمایه‌گذاران فعال یا بالقوه در حوزه گردشگری روستایی بود که در نهادها و سازمان‌های مرتبط فعالیت داشتند؛ از جمله معاونت گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی، صندوق حمایت از توسعه پژوهش و فناوری بخش کشاورزی، پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، و شرکت‌ها و شتاب‌دهنده‌هایی مانند ایران نوآفرین و اکوسیستم. روش

[1] Post-Positivism

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-10-18]
[DOI: 10.61882/jea.2026.461]

نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند و در دسترس انجام شد. معیارهای انتخاب نمونه عبارت بودند از داشتن سابقه یا تجربه سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای نوپا یا کارآفرینانه، آشنایی حرفه‌ای با حوزه گردشگری، توسعه روستایی یا کسب‌وکارهای محلی، تمایل و آمادگی برای مشارکت در پژوهش و تکمیل پرسشنامه و فعالیت در یکی از نهادها یا شبکه‌های رسمی یا غیررسمی مرتبط با سرمایه‌گذاری یا کارآفرینی. در نهایت، ۱۰۰ نفر از فرشتگان کسب‌وکار و فعالان حوزه گردشگری روستایی در مطالعه مشارکت کردند که با توجه به پیچیدگی مدل و استفاده از روش SEM-PLS، حجم نمونه قابل قبول تلقی می‌شود.

ابزار گردآوری داده‌ها و ساختار پرسشنامه

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق‌ساخته بود که بر مبنای یافته‌های دو مرحله پیشین پژوهش (مطالعه کیفی و دلفی فازی) و با اقتباس از مطالعات معتبر طراحی شد (Ahmadi *et al.*, 2024; Croce *et al.*, 2020; Skalicka *et al.*, 2023; Falcao *et al.*, 2024; Falcão *et al.*, 2023). پرسشنامه شامل ۵۲ گویه بسته بود و در دو بخش تنظیم شد: بخش اول شامل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (سن، جنسیت و ...) و بخش دوم شامل متغیرهای اصلی مدل پژوهش بودند (جدول ۲). پس از تدوین نسخه اولیه پرسشنامه، روایی ظاهری آن با نظر چند تن از اساتید دانشگاهی بررسی و بر اساس پیشنهادهای آنان برخی گویه‌ها اصلاح شد. سپس، یک مطالعه مقدماتی با مشارکت ۲۱ فرشته کسب‌وکار انجام گرفت و بر مبنای بازخوردها، اصلاحاتی در جمله‌بندی و ساختار پرسشنامه اعمال شد. پرسشنامه نهایی به‌صورت آنلاین و حضوری در پاییز ۱۴۰۳ توزیع گردید. اطلاعات تکمیلی نیز از طریق همکاری با شرکت‌های شتاب‌دهنده به‌عنوان مهم‌ترین مرجع جمع‌آوری شد.

جدول ۲- متغیرهای پژوهش و نمونه گویه‌های پرسشنامه

Table 2. Research Variables and Sample Questionnaire Items

متغیر Construct	نمونه گویه Sample Item
ارزش ایده کسب‌وکار Business Idea Value	طرح پیشنهادی با ویژگی‌های طبیعی و فرهنگی منطقه سازگار است. The proposed project is compatible with the natural and cultural characteristics of the region.
قابلیت اقتصادی و سودآوری Economic Feasibility	طرح دارای برنامه مالی شفاف و قابل اتکا است. The project has a clear and reliable financial plan.
مشوق‌ها و انگیزه‌ها Motivations and Incentives	سرمایه‌گذاری در این طرح به توسعه اقتصادی–اجتماعی روستا کمک می‌کند. Investing in this project contributes to the socioeconomic development of rural areas.
موانع محیطی و بیرونی Environmental Barriers	بی‌ثباتی اقتصادی مانع سرمایه‌گذاری در گردشگری روستایی است. Economic instability discourages investment in rural tourism.
سوگیری‌های ادراکی Cognitive Biases	معمولاً به قضاوت شخصی خود بیش از اطلاعات دیگران اعتماد می‌کنم. I usually rely more on my own judgment than on others' information.
ویژگی‌های شخصیتی Personality Traits	در تصمیم‌گیری‌های سرمایه‌گذاری از ثبات عاطفی برخوردارم. I maintain emotional stability when making investment decisions.
تمایل به سرمایه‌گذاری Investment Intention	قصد دارم در آینده نزدیک در گردشگری روستایی سرمایه‌گذاری کنم. I intend to invest in rural tourism businesses in the near future.

روش تحلیل داده‌ها

نسخه ۲۷ نرم‌افزار SPSS برای انجام تحلیل‌های توصیفی و ارزیابی پایایی پرسشنامه به‌کار گرفته شد. همچنین، نرم‌افزار SmartPLS نسخه ۴ برای مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (SEM-PLS) و آزمون فرضیه‌ها مورد استفاده قرار گرفت. انتخاب این روش با توجه به تناسب آن برای مدل‌های پیچیده، تحلیل‌های پیش‌بینی‌کننده و داده‌های غیرنرمال یا دارای حجم نمونه محدود انجام شد (Hair *et al.*, 2019; Karimi & Reisi, 2025). فرایند تحلیل در دو مرحله دنبال شد: نخست، مدل اندازه‌گیری از نظر پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا ارزیابی شد؛ سپس، برای آزمون روابط بین متغیرها، مدل ساختاری با استفاده از روش بوت‌استرپ‌سازی با ۵۰۰۰ نمونه فرعی تحلیل شد. در این مرحله، ضرایب مسیر، سطوح معناداری، مقادیر R^2، Q^2 و اندازه اثر (f^2) برای ارزیابی روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته مدنظر قرار گرفتند.

نتایج و بحث

در این پژوهش، ۱۰۰ نفر از فرشتگان کسب‌وکار در حوزه‌های مختلف و فعالان بخش گردشگری روستایی مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج نشان دادند که از نظر جنسیت، ۶۱ درصد شرکت‌کنندگان مرد و ۳۹ درصد زن بودند. میانگین سن پاسخ‌دهندگان ۴۰/۱ سال گزارش شد؛ کمینه و بیشینه سن به‌ترتیب ۲۳ و ۶۸ سال بودند. از نظر سطح تحصیلات، بالاترین سهم به افراد دارای مدرک دکتری (۳۰ درصد) و کارشناسی ارشد (۲۸ درصد) اختصاص داشت.

مدل اندازه‌گیری

برای بررسی مدل اندازه‌گیری، پایایی درونی و روایی همگرا و واگرا استفاده شد. پایایی با ارزشیابی کرونباخ آلفا و پایایی ترکیبی ارزیابی شدند. همانطور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، ارزش‌های کرونباخ آلفا و پایایی ترکیبی برای همه سازه‌ها بالای ارزش پیشنهاد شده ۰/۷ هستند که نشان‌دهنده پایایی قابل قبول سازه‌ها است. مطابق هیر و همکاران (Hair *et al.*, 2022) برای دستیابی به روایی همگرا، قوانین کلی شست آن است که بارهای عاملی باید بزرگتر از ۰/۷ و میانگین واریانس استخراج شده باید بالاتر از ۰/۵ باشند. بارهای عاملی برای همه‌ی گویه‌ها از حد نصاب ۰/۷ فراتر بودند. همان‌طور که در جدول ۳ دیده می‌شود، ارزش‌های AVE برای همه‌ی سازه‌ها در محدوده‌ی ۰/۵۰– ۰/۸۴ قرار دارند. بنابر این، می‌توان نتیجه گرفت که همه‌ی سازه‌ها روایی واگرای مناسبی دارند (جدول ۳). روایی واگرا با استفاده از معیار HTMT ارزیابی شد. ارزش HTMT بین دو سازه باید کمتر از ۰/۸۵ باشد (Henseler *et*

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-10-18]
[DOI: 10.61882/jea.2026.461]

al., 2015). همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد، مدل اندازه‌گیری یک سطح قابل قبول روایی واگرا دارد.

جدول ۳- مقادیر آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، AVE و متغیرهای پنهان پژوهش
Table 3. Cronbach's Alpha, Composite Reliability, AVE, and Research Latent Variables

AVE	پایایی ترکیبی Composite Reliability	آلفای کرونباخ Cronbach's Alpha	سازه Construct
0.54	0.88	0.83	ارزش ایده (Idea Value)
0.50	0.89	0.86	قابلیت اقتصادی طرح (Economic Feasibility of the Project)
0.61	0.92	0.91	انگیزه‌ها (Motivations)
0.51	0.94	0.93	شخصیت (Personality)
0.52	0.87	0.83	موانع محیطی (Environmental Barriers)
0.50	0.92	0.91	سوگیری ادراکی (Perceptual Bias)
0.84	0.95	0.94	قصد سرمایه‌گذاری (Investment Intention)

جدول ۴- شاخص HTMT
Table 4. HTMT Index

6	5	4	3	2	1	سازه (Construct)
					–	ارزش ایده (Idea Value)
				-	0.35	قابلیت اقتصادی طرح (Economic Feasibility of the Project)
			-	0.25	0.59	انگیزه‌ها (Motivations)
		-	0.39	0.38	0.46	شخصیت (Personality)
	-	0.50	0.40	0.33	0.42	موانع محیطی (Environmental Barriers)
-	0.29	0.36	0.24	0.18	0.26	سوگیری ادراکی (Perceptual Bias)
0.24	0.31	0.62	0.57	0.38	0.66	قصد سرمایه‌گذاری (Investment Intention)

مدل ساختاری

با پیروی از روال ارزیابی برای مدل ساختاری پیشنهاد شده بوسله هیر و همکاران (Hair *et al.*, 2022)، مساله هم‌خطی چندگانه ارزیابی شد. همه ارزش‌های VIF برای متغیرهای درونزاد پایین‌تر از ارزش پیشنهاد شده پنج بود که نشان می‌دهد هیچ نشانی از مساله همخطی وجود ندارد. سپس، برازش مدل بوسیله ارزیابی SMRE سنجیده شد (Henseler *et al.*, 2016). به‌دلیل این که ارزش SMRE برای این مدل پژوهش ۰/۰۷ بود، کمتر از ارزش آستانه ۰/۰۸، می‌توان نتیجه گرفت که مدل از برازش قابل قبولی برخوردار است.

در گام بعدی، ضریب تعیین سازه‌های درون‌زا مورد بررسی قرار گرفت. در تحقیقات علوم رفتاری، مطابق با کوهن (Cohen, 1988) ارزش‌های R^2 ۰/۶۰، ۰/۳۳ و ۰/۱۹ به‌ترتیب قوی، متوسط و ضعیف در نظر گرفته می‌شوند. در این پژوهش، ارزش R^2 برای قصد سرمایه‌گذاری برابر ۰/۶۰بود که در سطح قوی است و نشان می‌دهد که ۶۰ درصد واریانس قصد سرمایه‌گذاری توسط ارزش ایده، قابلیت اقتصادی طرح، انگیزه‌های درونی و بیرونی، شخصیت، موانع محیطی و سوگیری ادراکی تبیین می‌شود. قدرت پیش‌بینی مدل هم با استفاده از شاخص استون-گیسر یا همان Q^2 مورد سنجش قرار گرفت (Cohen *et al.*, 2013). نتایج نشان دادند که مقدار Q^2 برای قصد سرمایه‌گذاری ۰/۴۷ بود. بزرگتر بودن این عدد از صفر، نشان از قدرت پیش‌بینی مدل داشت.

برای ارزیابی معنی‌داری ضریب برای هر مسیر مفروض در مدل تحقیق، تکنیک بوت استرپینگ با ۵۰۰۰ نمونه مجدد اجرا شد (Hair *et al.*, 2022). نتایج جدول ۵ نشان می‌دهند که ارزش ایده ($P<$ ۰/۰۱؛ β =۰/۲۴)، انگیزه‌ها ($P<$ ۰/۰۵؛ β =۰/۱۸) و شخصیت سرمایه‌گذار ($P <$ ۰/۰۱؛ β =۰/۴۶) رابطه مثبت معنی‌داری با قصد سرمایه‌گذاری دارند. بنابراین، فرضیه‌های H1، H3 وH4 تایید می‌شوند. همچنین، سوگیری ادراکی با قصد سرمایه‌گذاری رابطه منفی و معنی‌داری دارد ($P <$ ۰/۰۱؛ β=-۰/۲۶). بنابر این، فرضیه H6 نیز تایید می‌شود. بر اساس نتایج، رابطه قابلیت اقتصادی طرح ($P\geq$ ۰/۰۵؛ β=۰/۰۶) و موانع محیطی و بیرونی ($P \geq$۰/۰۵؛ β =-۰/۰۲) با قصد سرمایه‌گذاری معنی‌دار نبود. بنابر این، فرضیه‌های H2 و H5 تایید نمی‌شوند.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-10-18]
[DOI: 10.61882/jea.2026.461]

جدول ۵- خلاصه نتایج به‌دست آمده از مدل ساختاری پژوهش
Table 5. Summary of Results Obtained from the Research Structural Model

فرضیه‌های پژوهش Research Hypotheses			ضریب مسیر (β) Path Coefficient (β)	مقدار t t-value	نتیجه آزمون Test Result
ارزش ایده Idea Value	←	قصد سرمایه‌گذاری Investment Intention	0.24	2.74**	تایید Supported
قابلیت اقتصادی طرح Economic Feasibility	←	قصد سرمایه‌گذاری Investment Intention	0.06	0.802	عدم تایید Supported
انگیزه‌ها Motivations	←	قصد سرمایه‌گذاری Investment Intention	0.18	2.12*	تایید Not supported
شخصیت Personality	←	قصد سرمایه‌گذاری Investment Intention	0.46	5.68**	تایید Supported
موانع محیطی Environmental Barriers	←	قصد سرمایه‌گذاری Investment Intention	-0.02	0.164	عدم تایید Not supported
سوگیری ادراکی Perceptual Bias	←	قصد سرمایه‌گذاری Investment Intention	-0.26	3.03**	تایید Supported

Note. $P < 0.05$ (*), $P < 0.01$ (**)

هدف این پژوهش، تبیین عوامل مؤثر بر قصد مشارکت فرشتگان کسب‌وکار در سرمایه‌گذاری طرح‌های گردشگری روستایی با اتخاذ رویکردی تلفیقی مبتنی بر نظریه‌های مالی، رفتاری و انگیزشی بود. نتایج مدل ساختاری نشان دادند که تصمیم‌گیری فرشتگان کسب‌وکار در این حوزه نه بر اساس منطق صرفاً مالی، بلکه در تعامل پیچیده‌ای از سازه‌های شناختی، انگیزشی و شخصیتی شکل می‌گیرد. این الگو، با چرخش از پارادایم‌های کلاسیک سرمایه‌گذاری به سمت رویکردهای رفتاری و روان‌شناختی، درک عمیق‌تری را از منطق تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران فرشته در بسترهای پرریسک و غیرشفاف، مانند گردشگری روستایی، فراهم می‌کند.

یکی از یافته‌های کلیدی پژوهش، تاثیر مثبت و معنادار ارزش ایده کسب‌وکار بر قصد سرمایه‌گذاری بود. این نتیجه نشان می‌دهد که فرشتگان کسب‌وکار در مراحل اولیه، بیش از شاخص‌های مالی متعارف، به نوآوری ایده، تناسب آن با بستر فرهنگی–اجتماعی و ظرفیت خلق ارزش پایدار توجه دارند. این یافته با ادبیات سرمایه‌گذاری مرحله بذری همسو است که ارزش ذاتی ایده و منطق فرصت را نقطه آغاز ارزیابی می‌داند (Benjamin & Margulis, 2005; Croce *et al.*, 2020; Mason *et al.*, 2019). در زمینه گردشگری روستایی، که اغلب فاقد داده‌های مالی شفاف و تاریخچه عملکرد است، ایده‌ای که بتواند هم‌زمان جذابیت اقتصادی، اجتماعی و هویتی را ایجاد کند، نقش سیگنال اولیه اعتماد را برای فرشتگان ایفا می‌کند.

یافته مهم دیگر، نقش معنادار و قوی انگیزه‌ها و مشوق‌های درونی و بیرونی در شکل‌گیری قصد سرمایه‌گذاری بود. این نتیجه به‌روشنی نشان می‌دهد که فرشتگان کسب‌وکار را نمی‌توان صرفاً به‌عنوان بازیگران عقلانیِ حداکثرکننده سود تحلیل کرد. در عوض، تصمیم آنان متاثر از اهداف چندسطحی، از جمله توسعه محلی، اعتبار اجتماعی، رضایت درونی و انتقال تجربه است. این الگو با نظریه رفتار هدف‌مند (Bagozzi & Edwards, 1998) و مدل‌های نردبانی انگیزش همخوانی دارد و یافته‌های مطالعات اخیر (Lange *et al.*, 2024; Falcão *et al.*, 2023) را در بستر گردشگری روستایی تایید می‌کند. به این ترتیب، سرمایه‌گذاری فرشتگان در این حوزه بیش از آن‌که «تصمیم مالی» باشد، «انتخاب ارزشی» است.

در میان متغیرهای بررسی شده، ویژگی‌های شخصیتی قوی‌ترین پیش‌بینی کننده قصد سرمایه‌گذاری شناسایی شد. این نتیجه نشان می‌دهد که در محیط‌هایی با عدم اطمینان بالا، مانند گردشگری روستایی ایران، ویژگی‌هایی نظیر ثبات هیجانی، برون‌گرایی و تجربه‌پذیری نقش محوری در ارزیابی فرصت‌ها دارند. این یافته با پژوهش‌های پیشین (Ramadani, 2012; Rose, 2014) همسو است و تأکید می‌کند که فرشتگان کسب‌وکار، به‌واسطه استقلال تصمیم‌گیری و فقدان ساختارهای کنترلی سخت‌گیرانه، بیش از سایر سرمایه‌گذاران تحت تأثیر سازه‌های درونی خود عمل می‌کنند. از این منظر، شخصیت سرمایه‌گذار نه یک متغیر حاشیه‌ای، بلکه هسته تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری است.

در مقابل، سوگیری‌های ادراکی اثر منفی و معناداری بر قصد سرمایه‌گذاری داشتند. این یافته نشان می‌دهد که گرچه فرشتگان کسب‌وکار ریسک‌پذیر هستند، اما تشدید خطاهای شناختی –مانند اعتمادبه‌نفس بیش‌ازحد یا تعمیم تجربه‌های محدود– می‌تواند ارزیابی فرصت‌ها را مختل کند و حتی تمایل به سرمایه‌گذاری را کاهش دهد. این نتیجه، نظریه چشم‌انداز (Kahneman & Tversky, 1979)، تحلیل‌های شلیفر (Shleifer, 2000) و ادبیات اقتصاد رفتاری (Kahneman & Tversky, 1979; Barberis & Thaler, 2003) را در بستر سرمایه‌گذاری گردشگری روستایی تایید می‌کند و نشان می‌دهد که تصمیم‌گیری فرشتگان در نقطه تلاقی منطق و شناخت شکل می‌گیرد.

در همین چارچوب، جریان جدیدی از تحقیقات بین‌المللی نیز روان‌شناسی فرشتگان کسب‌وکار را به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی اما کمتر مطالعه‌شده رفتار سرمایه‌گذاری آنان معرفی می‌کند. مطابق با یافته‌های آلتمایر و فیش (Altmeier & Fisch, 2024)، فرشتگان کسب‌وکار به‌دلیل برخورداری از استقلال قابل توجه در تصمیم‌گیری –بدون الزام به پاسخ‌گویی به نهادهای بالادستی– آزادند فرصت‌هایی را انتخاب کنند که بیشترین همخوانی را با ارزش‌ها، علایق و انگیزه‌های شخصی آنان دارند. مطالعات بلاک و همکاران (Block *et al.,* 2019) و لین و همکاران (Lien *et al.*, 2022) نیز نشان می‌دهند که ویژگی‌های روان‌شناختی نه‌تنها بر انتخاب فرصت‌ها تاثیر دارند،

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-10-18]
[DOI: 10.61882/jea.2026.461]

بلکه پیامدهایی همچون رفتار هم‌سرمایه‌گذاری[1] و تنوع‌بخشی به پرتفوی را نیز تحت‌تاثیر قرار می‌دهند. هم‌راستایی این ادبیات با یافته‌های پژوهش حاضر تاکید می‌کند که ویژگی‌های شخصیتی و سوگیری‌های ادراکی نقشی بنیادی در شکل‌گیری قصد سرمایه‌گذاری فرشتگان کسب‌وکار در حوزه گردشگری روستایی دارند.

در این چارچوب، یافته‌های پژوهش همچنین با ادبیات جدیدی همسو هستند که اهداف و انگیزه‌های فرشتگان کسب‌وکار را پدیده‌ای چندبعدی و پیچیده معرفی می‌کند. نتایج مطالعه فالکائو و همکاران (Falcão *et al.*, 2023) نشان می‌دهند که تصمیمات فرشتگان ترکیبی از اهداف مالی و غیرمالی است؛ ازجمله اهداف اجتماعی، یادگیری، انگیزه‌های هویتی و حتی لذت فردی از مشارکت در فرایند کارآفرینی. این الگو تایید می‌کند که بسیاری از فرشتگان کسب‌وکار تمایل دارند طرح‌هایی را انتخاب کنند که فراتر از سودآوری، با ارزش‌ها و علایق شخصی آنان هم‌خوان باشند. یافته‌های کروک و همکاران (Croce *et al.*, 2020) نیز نشان می‌دهند که اشتهای ریسک‌پذیری فرشتگان وابسته به ویژگی‌های شخصیتی و اهداف فردی آنان است و سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر بیش از شاخص‌های مالی به جذابیت نوآورانه ایده و تیم موسس توجه می‌کنند. این هم‌افزایی نظری و تجربی تاکید می‌کند که در زمینه‌هایی مانند گردشگری روستایی –که ذاتاً با عدم‌اطمینان بالا همراه است– رفتار فرشتگان کسب‌وکار بیش از آن‌که تابع سنجه‌های مالی باشد، متاثر از انگیزه‌ها، ارزش‌ها و سازه‌های روان‌شناختی آنان است.

از نظر یافته‌های غیرمنتظره، عدم معناداری قابلیت اقتصادی و سودآوری طرح چالشی مهم برای نظریه‌های مالی کلاسیک ایجاد می‌کند. برخلاف انتظار نظریه پرتفوی و بازار کارا (Markowitz, 1952; Fama, 1970)، فرشتگان کسب‌وکار در این پژوهش سودآوری مالی را عامل تعیین‌کننده تصمیم خود ندانستند. این نتیجه را می‌توان با ماهیت خاص گردشگری روستایی ایران تبیین کرد؛ جایی‌که عدم شفافیت مالی، افق بازگشت بلندمدت و ریسک‌های نهادی بالا، ارزیابی اقتصادی دقیق را دشوار می‌سازند و در نتیجه، سرمایه‌گذاران به نشانه‌های غیرمالی و انگیزشی اتکا می‌کنند. این تفسیر با یافته‌های لانگ و همکاران (Lange *et al.*, 2024) درباره غلبه عوامل رفتاری در سرمایه‌گذاری‌های اولیه همسو است.

همچنین، بی‌اثر بودن موانع محیطی نشان می‌دهد که فرشتگان کسب‌وکار، برخلاف سرمایه‌گذاران نهادی، حساسیت کمتری نسبت به محدودیت‌های ساختاری و نهادی دارند. این گروه، به‌عنوان سرمایه‌گذاران فرصت‌محور، موانع محیطی را بخشی از ریسک ذاتی می‌پذیرند و تمرکز خود را بر جذابیت ایده و همخوانی آن با ارزش‌های شخصی معطوف می‌کنند. این یافته تمایز رفتاری مهمی میان فرشتگان و سایر اشکال سرمایه‌گذاری خصوصی را برجسته می‌سازد.

کاربردهای نظری و عملی پژوهش

یافته‌های این پژوهش از منظر نظری چند پیامد مهم به همراه دارند و چشم‌انداز تازه‌ای را در تحلیل رفتار فرشتگان کسب‌وکار در حوزه گردشگری روستایی ارائه می‌دهد. نخست آن‌که نتایج نشان می‌دهند که رفتار سرمایه‌گذاران فرشته را نمی‌توان صرفاً بر اساس اصول مالی کلاسیک یا تحلیل عقلانی ریسک و بازده تبیین کرد؛ بلکه باید آن را نتیجه تعامل پیچیده‌ای میان عوامل اقتصادی، انگیزشی و روان‌شناختی دانست. نقش برجسته ویژگی‌های شخصیتی و انگیزه‌های چندسطحی در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران نشان می‌دهد که رویکردهای رفتارشناختی و نظریه‌های مبتنی بر هدف‌مندی قادرند تصویر دقیق‌تری را از فرایندهای ذهنی آنان ارایه دهند. این یافته درحقیقت شکاف موجود در ادبیات را پر می‌کند، زیرا اغلب پژوهش‌های پیشین بر عوامل محیطی و اقتصادی تأکید داشتند و کمتر به سازه‌های درونی و شناختی سرمایه‌گذاران توجه کردند. افزون بر این، تاثیر منفی سوگیری‌های ادراکی نشان می‌دهد که نظریه‌های اقتصاد رفتاری و شناختی نقشی تعیین‌کننده در تبیین خطاهای تصمیم‌گیری فرشتگان کسب‌وکار دارند و می‌توانند به توسعه مدل‌های جامع‌تر در آینده کمک کنند.

از منظر کاربردی نیز نتایج این مطالعه پیامدهای مهمی برای سیاست‌گذاران، مدیران گردشگری روستایی و اکوسیستم‌های کارآفرینی دارند. از آنجا که ارزش ایده و ویژگی‌های فردی بیش از سودآوری مالی یا شرایط محیطی بر تصمیم سرمایه‌گذاران اثر می‌گذارند، لازم است برنامه‌های توسعه گردشگری روستایی به‌جای تمرکز صرف بر ارایه مشوق‌های مالی یا اصلاحات نهادی، حمایت از ارتقای کیفیت ایده‌ها، تقویت توانمندی‌های کارآفرینان جوان و توسعه نوآوری در طرح‌های محلی را در اولویت قرار دهند. نتایج همچنین نشان می‌دهند که سرمایه‌گذاران فرشته نسبت به جذابیت‌های فرهنگی، اجتماعی و امکان خلق ارزش در جوامع روستایی حساسیت بالایی دارند؛ بنابر این، کارآفرینان باید بر بیان روشن ارزش اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی پروژه‌های خود تمرکز کنند. از سوی دیگر، نقش منفی سوگیری‌های ادراکی بر قصد سرمایه‌گذاری تأکید می‌کند که نهادهای حمایتگر، مانند شتاب‌دهنده‌ها و مراکز نوآوری، باید برای فرشتگان کسب‌وکار برنامه‌های آموزشی را در حوزه روان‌شناسی تصمیم‌گیری و کاهش خطاهای شناختی طراحی کنند. تقویت شبکه‌سازی، ارایه اطلاعات معتبر، و ایجاد فضاهای گفت‌وگویی میان کارآفرینان و سرمایه‌گذاران نیز می‌توانند به افزایش دقت ارزیابی‌ها و کاهش عدم‌اطمینان کمک کنند.

محدودیت‌های پژوهش و پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده

با وجود دستاوردهای مهم، پژوهش حاضر محدودیت‌هایی دارد که باید در تفسیر نتایج مدنظر قرار گیرند. نخست آن‌که نمونه مورد بررسی شامل ۱۰۰ نفر از فرشتگان کسب‌وکار و فعالان مرتبط بود که به‌صورت هدفمند انتخاب شدند؛ بنابراین امکان تعمیم نتایج به تمام سرمایه‌گذاران فعال در حوزه

[1] Syndication

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-10-18]
[DOI: 10.61882/jea.2026.461]

گردشگری ایران محدود است. تکیه بر پرسشنامه و خوداظهاری نیز ممکن است با سوگیری پاسخ همراه باشد، زیرا پاسخ‌دهندگان ممکن است ارزیابی‌های خود را تحت تاثیر تصویر ذهنی مطلوب یا شرایط لحظه‌ای ارایه کرده باشند. همچنین، پژوهش در یک بازه زمانی مقطعی انجام شد و نمی‌تواند تغییرات نگرش و رفتار سرمایه‌گذاران در اثر تحولات اقتصادی و نهادی کشور را در طول زمان آشکار کند. علاوه بر این، اگرچه مدل حاضر مجموعه‌ای جامع از عوامل فردی، انگیزشی و محیطی را دربرگرفته است، اما به متغیرهای کلان اقتصادی مانند نوسانات ارزی، نااطمینانی سیاسی یا وضعیت سرمایه‌گذاری در سطح ملی نپرداخته است. پیشنهادهای پژوهشی آینده نیز بر پایه‌ی همین محدودیت‌ها قابل استخراج هستند. انجام مطالعات با نمونه‌های بزرگ‌تر و متنوع‌تر می‌تواند تصویری دقیق‌تر را از رفتار فرشتگان کسب‌وکار در مناطق مختلف کشور ارایه دهد و به آزمون تعمیم‌پذیری مدل کمک کند. تحقیقات آتی می‌توانند از رویکردهای ترکیبی بهره بگیرند تا علاوه بر سنجش روابط کمّی، انگیزه‌های پنهان و فرایندهای ذهنی سرمایه‌گذاران را با عمق بیشتری درک کنند. همچنین، بررسی نقش تعامل میان متغیرهای روان‌شناختی و محیطی– برای مثال، این که چگونه شرایط نهادی بر شدت سوگیری‌های ادراکی اثر می‌گذارد– می‌تواند مسیرهای تازه‌ای را پیش روی پژوهشگران بگشاید. مقایسه سرمایه‌گذاران فرشته با سرمایه‌گذاران نهادی، مانند صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر، نیز می‌تواند تفاوت‌های رفتاری، انگیزشی و تصمیم‌گیری این گروه‌ها را آشکار کند و به طراحی سیاست‌های دقیق‌تر برای جذب سرمایه خصوصی در گردشگری روستایی منجر شود.

نتیجه‌گیری کلی

پژوهش حاضر با اتخاذ رویکردی تلفیقی نشان داد که سرمایه‌گذاری فرشتگان کسب‌وکار در گردشگری روستایی پدیده‌ای چندبعدی است که نمی‌توان آن را صرفاً با منطق مالی یا متغیرهای محیطی توضیح داد. نتایج بیانگر آن هستند که ارزش ایده، انگیزه‌های چندلایه، ویژگی‌های شخصیتی و سازوکارهای شناختی نقش محوری در شکل‌گیری قصد سرمایه‌گذاری ایفا می‌کنند، در حالی‌که شاخص‌های اقتصادی و موانع نهادی در مرتبه‌ای ثانویه قرار می‌گیرند. این الگو، پارادایم‌های رایج در تحلیل سرمایه‌گذاری را به چالش می‌کشد و ضرورت توجه به روان‌شناسی تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران را برجسته می‌سازد.

از منظر نظری، این پژوهش با ترکیب نظریه‌های مالی، رفتاری و هدف‌محور، مدلی جامع را برای تبیین رفتار فرشتگان کسب‌وکار در گردشگری روستایی ارایه می‌دهد و شکاف موجود در ادبیات –یعنی غفلت از سازه‌های درونی سرمایه‌گذاران– را تا حد زیادی پر می‌کند. از منظر عملی، نتایج نشان می‌دهند که سیاست‌های توسعه گردشگری روستایی باید فراتر از مشوق‌های مالی حرکت کنند و بر ارتقای کیفیت ایده‌ها، توانمندسازی کارآفرینان و کاهش خطاهای شناختی سرمایه‌گذاران تمرکز کنند.

در مجموع، پژوهش حاضر تاکید می‌کند که آینده سرمایه‌گذاری در گردشگری روستایی ایران نه صرفاً در اصلاح ساختارها، بلکه در درک عمیق‌تر انسانِ تصمیم‌گیرنده –یعنی فرشته کسب‌وکار– نهفته است. این بینش می‌تواند مبنایی برای طراحی سیاست‌ها، برنامه‌های حمایتی و پژوهش‌های آینده در حوزه سرمایه‌گذاری پایدار در مناطق روستایی باشد.

References

Ahmadi, M. & Abbasi, F. (2021). Analyzing the Economic Barriers to Tourism Development in Rural Areas Using Grounded Theory A case study of tourism target villages of Zanjan province. *Journal of Tourism and Development*, 10(2), 277-296. doi: 10.22034/jtd.2020.205874.1859

Ahmadi, S., Karimi, S., & Mahmodi, M. (2024). Identification of factors influencing the participation of business angels in rural tourism projects using the grounded theory approach. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture,* 11(1), 135–149. [In Persian]

Altmeier, A., & Fisch, C. (2024). The relationship between business angels' psychological attributes and investments in successful portfolio ventures: an empirical investigation using Twitter data. *British Journal of Management*, 35(2), 629-643.

Anzules-Falcones, W., Martin-Castilla, J. I., Tulcanaza-Prieto, A. B., & Caamana-Gomez, D. (2024). Entrepreneurs in rural tourism: Reciprocal influence of the environment and personal factors on business management sustainability. *Sustainability,* 16, 11202. https://doi.org/10.3390/su162411202

Arroyo-Revilla, O., Medina-Molina, C., Núñez-Mera, C. B., & Pérez-Macías, N. (2025). To invest or not to invest the business Angel´ s dilemma. *Journal of Innovation & Knowledge*, 10(3), 100699.

Bagozzi, R. P., & Edwards, E. A. (1998). Goal setting and goal pursuit in the regulation of body weight. *Psychology and Health,* 13(4), 593–621. https://doi.org/10.1080/08870449808407421

Barberis, N. C., & Thaler, R. H. (2003). A survey of beha-vioral finance. In G. M. Constantinides, M. Harris, & R. M. Stulz (Eds.), *Handbook of the Economics of Finance* (pp. 1053–1128). Elsevier B.V.

Benjamin, G., & Margulis, J. (2005). Angel capital: How to raise early-stage private equity financing. John Wiley & Sons.

Bigdeli, A., Einali, J., & Rasouli, Z. (2025). Assessing Investment Challenges in Rural Areas with Emphasis on Tourism: Case Study Tourism Target Villages in Alamut District of Qazvin County. *Village and Space Sustainable Development*, 6(1), 207-230. doi: 10.22077/vssd.2025.6077.1169

Block, J. H., Fisch, C. O., Obschonka, M., & Sandner, P. G. (2019). A personality perspective on business angel syndication. *Journal of Banking & Finance*, 100, 306-327.

Cohen, J. (2013). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Routledge.

Cohen, J. (Ed.) (1988), Statistical Power Analysis for the Behavioural Sciences, Erlbaum, Hillsdale.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-10-18]

[DOI: 10.61882/jea.2026.461]

Croce, A., Ughetto, E., & Cowling, M. (2020). Investment motivations and UK business angels' appetite for risk taking: The moderating role of experience. *British Journal of Management*, 31(4), 728-751.
Falcão, R., Carneiro, M. J., & Moreira, A. C. (2023). Why do business angels invest? Uncovering angels' goals. *Cogent Business & Management*, 10(2), 2234134.
Falcao, R., Moreira, A. C., & Carneiro, M. J. (2024). Challenges of business angels: does career matter? *Baltic Journal of Management*, 19(6), 76-93.
Fama, E. F. (1970). Efficient capital markets: A review of theory and empirical work. *The Journal of Finance,* 25(2), 383–417. https://doi.org/10.2307/2325486
Freear, J., Sohl, J. E., & Wetzel, W. E. (1995). Angels: Personal investors in the venture capital market. *Entrepreneurship & Regional Development,* 7(1), 85–94. https://doi.org/10.1080/08985629500000005
Frisvoll, S. (2012). Power in the production of spaces transformed by rural tourism. *Journal of Rural Studies*, 28(4), 447-457.
Gocer, O., Boyacioglu, D., Karahan, E. E., & Shrestha, P. (2024). Cultural tourism and rural community resilience: A framework and its application. *Journal of Rural Studies*, 107, 103238.
Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027.
Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2-20.
Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
Hesam, M., Kazemi, M., & Rezazadeh, M. (2016). Affecting factors on rural tourism investment analyzed through grounded theory: the case of the villages of Larijan district, Amol, Iran. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 7(2), 14.
Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory. *Econometrica,* 47(2), 263–292. https://doi.org/10.2307/1914185
Karimi, S., & Reisi, S. (2025). The Effect of Personality Traits on Entrepreneurial Resilience and Subjective Well-Being of Rural Entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 12(1), 168-183. doi:10.61186/jea.2024.435. [In Persian]
Karimi, S., Ahmadi, S. & Mahmoudi, M. (2025). Identification and Prioritization of Factors Explaining the Participation of Business Angels in Rural Tourism Projects Using the Fuzzy Delphi Approach. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 12(2), 43-62. doi: 10.22069/jead.2025.23166.1879
Kumar, V., Agarwala, T., & Kumar, S. (2025). Rural tourism as a driver of sustainable development: a systematic review and future research agenda. *Tourism Review*, 81(3), 1101-1120.
Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: the evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9), 1133–1156. https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997
Lange, J., Rezepa, S., & Zatrochová, M. (2024). The Role of Business Angels in the Early-Stage Financing of Startups: A Systematic Literature Review. *Administrative Sciences*, 14(10), 247.
Li, J., Yang, Y., & Ye, Y. (2025). Rural Tourism, Economic Growth, and Environmental Sustainability: Empirical Evidence Based on County-Level Data in China. *Sustainability*, 17(20), 9215.
Lien, W. C., Chen, J., & Sohl, J. (2022). 'Do I have a big ego? Angel investors' narcissism and investment behaviors', *Journal of Business Venturing*, 37, 106247.
Markowitz, H. (1952). Portfolio selection. *The Journal of Finance,* 7(1), 77–91. https://doi.org/10.1111/j.15406261.1952.tb01525.x
Martínez, J. M. G., Martín, J. M. M., Fernández, J. A. S., & Mogorrón-Guerrero, H. (2019). An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism. *Journal of Business Research*, 100, 165-174.
Mason, C. M., & Harrison, R. T. (2015). Business angel investment activity in the financial crisis: UK evidence and policy implications. *Environment and Planning C: Government and Policy,* 33(1), 43–60.
Mohammadi, M., Majdi, A., & Hosseini, A. (2022). Tourism Development in Rural Areas; Systematic Review of Studies. *Journal of Research & Rural Planning*, 11(2).
Moradi M, & Ahmadvand M. (2020). Factor Analysis of the Effects of Tourism on the Development of Rural Women's Agriculture Employment in Boyer Ahmad County. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture,* 7(14), 78-86. doi:10.52547/jea.7.14.78 [In Persian]
Morrissette, S. G. (2007). A profile of angel investors. *The Journal of Private Equity,* 10(3), 52–66. https://doi.org/10.3905/jpe.2007.686430
Nazari, H., Tayebnia, M., & Seidaiy, S. S. (2025). Multidimensional Analysis of Barriers to Rural Tourism Entrepreneurship Development: The Case of Ardal and Kuhrang Counties, Iran. *Journal of Entrepreneurship Development*, 18(4), 112-131. doi: 10.22059/jed.2025.395450.654526
Peterson, R., & Murtha, F. F. (2010). Market psych. How to manage fear and build your investor identity? John Wiley & Sons. https://doi.org/10.1002/9781118267875

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-10-18]
[DOI: 10.61882/jea.2026.461]

Radović, G. (2020). Can proper funding enhance sustainable tourism in rural areas? *Sustainability,* 12(18), 7797.
Ramadani, V. (2012). The importance of angel investors in financing the growth of small and medium sized enterprises. *The International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences,* 2(7), 306–322.
Reynolds, T. J., & Gutman, J. (1988). Laddering theory, method, analysis, and interpretation. *Journal of Advertising Research,* 28(1), 11–31. https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004/
Rosalina, P. D., Dupre, K., & Wang, Y. (2021). Rural tourism: A systematic literature review on definitions and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 134-149.
Rose, D. S. (2014). Angel Investing. John Wiley & Sons. https://doi.org/10.1016/S0022-3913(12)00047-9
Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students.* Pearson education.
Sharpley, R., & Roberts, L. (2004). Rural tourism: 10 years on. *International Journal of Tourism Research,* 6(3), 119–24.
Shleifer, A. (2000). *Inefficient markets - an introduction to behavioral finance*. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/0198292279.001.0001
Shongwe, M. A., Lukhele, T. M., & Zulu, H. P. (2024). Exploring the factors of enabling environments for business investment projects in rural communities: stakeholders' perspectives. *Frontiers in Sustainable Cities*, 6, 1467635.
Siefkes, M., Bjørgum, Ø., & Sørheim, R. (2025). Business angels investing in green ventures: how do they add value to their start-ups? *Venture Capital*, 27(1), 79-108.
Skalicka, M., Zinecker, M., Balcerzak, A. P., & Pietrzak, M. B. (2023). Business angels and early stage decision making criteria: Empirical evidence from an emerging market. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 36(1), 25-50.
Solodoha, E., Lev Koren, S., & Erez, M. (2024). *Do we really know everything about business angels? A Comprehensive Literature Review (2020–2024)*. SSRN. https://ssrn.com/abstract=4971022
Su, B. (2011). Rural tourism in China. *Tourism Management*, 32(6), 1438-1441.
Utami, D. D., Dhewanto, W., & Lestari, Y. D. (2023). Rural tourism entrepreneurship: A systematic literature review on resources and challenges. *Tourism and Leisure*, 12(2), 1322-1344.
Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J., & Van Es, J. C. (2001). Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel Research*, 40(2), 132-138.
Xiang, Y., Zhang, B., Hou, Y., & Li, F. (2025). Identifying the specific features, determinants, and suitability of green homestay inn distribution in rural China. *Journal of Rural Studies*, 119, 103760.
Yang, J., Yang, R., Chen, M. H., Su, C. H. J., Zhi, Y., & Xi, J. (2021). Effects of rural revitalization on rural tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 35-45.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-10-18]

[DOI: 10.61882/jea.2026.461]