Sari Agriculture Sciences and Natural Resources University

Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, Vol.10, Issue 2, 2023 p: 128- 146 OPEN ACCESS

Research Paper

Designing and Explaining of Strategic Entrepreneurship Model in the Agritourism Industry

Mojtaba Ashrafi Soltan Ahmadi[1], Yazdan Shirmohammadi[2], Mohammad taghi Amini[3] and Mehdi Haddadzadeh[4]

1- Ph.D. Candidate, Department of Management, University of Payame Noor, Tehran, Iran
2- Associate Professor, Department of Business Management, Payam Noor University, Tehran, Iran, (Corresponding author: y.shirmohamadi@pnu.ac.ir)
3- Professor, Department of Business Management, Payame Noor University, Tehran, Iran
4- Assistant Professor, Department of Business Management, Payam Noor University, Tehran, Iran

Received: 20 January, 2023 Accepted: 22 May, 2023

Extended Abstract

Background: Entrepreneurship is a vital component of any society, serving as a driving force for employment, economic growth, and competitive advantage. Due to its significant contributions to the economic development of countries, its role in fostering innovation in the market, and its ability to create new job opportunities, entrepreneurship has become a high priority in strategic planning. Planners and policymakers recognize the importance of entrepreneurship in shaping sustainable economies. This study aims to present a strategic entrepreneurship model specifically tailored for the agricultural tourism industry. By focusing on this niche, the research seeks to explore how entrepreneurial strategies can enhance the growth and sustainability of agricultural tourism, ultimately benefiting local economies and communities. Materials and Methods: The research employs a mixed-methods approach, combining both qualitative and quantitative methodologies to provide a comprehensive understanding of the subject matter. In the qualitative phase, semi-structured interviews were conducted with 16 academic experts and managers in tourism and entrepreneurship. This data collection utilized a grounded theory approach, ensuring that the insights gathered were deeply rooted in the participants' experiences and expertise. The sampling method was both theoretical and purposeful, selecting individuals with relevant knowledge in the field. For the quantitative aspect of the research, the statistical population consisted of business owners and stakeholders in the tourism industry within West Azerbaijan province. A sample size of 400 participants was randomly selected using Cochran's formula, which is appropriate for unknown populations. Data collection methods included both library research and field surveys, with a researcher-made questionnaire designed to gather specific information relevant to the study. To analyze the data, descriptive statistics were employed along with exploratory factor analysis using SPSS version 25. For model fitting and testing the relationships between variables, confirmatory factor analysis was conducted using Smart PLS 4 software. This allowed for the determination of convergent and divergent validity, as well as the composite reliability of the structural equations involved in the research.

Methods: The final model developed through this research outlines several critical components. The causal conditions identified include the diversification of the rural and agricultural economy, a growing tendency toward agricultural tourism entrepreneurship, and the competitiveness of small-scale businesses. Background factors contributing to these conditions include the physical and environmental infrastructure necessary for tourism, supportive institutional policies, self-confidence among entrepreneurs, risk-taking behaviors, and various social and cultural factors. Intervening conditions were also identified, including the initiatives taken by farmers or farm owners, motivational influences, and the necessity for training programs aimed at enhancing entrepreneurial skills. The strategic entrepreneurship model thus formed within the agricultural tourism industry emphasizes several key strategies: networking and leveraging relationships, effective management and organization, and the importance of public support. The results indicate that if these strategies are successfully implemented, they will lead to four significant consequences: the flourishing of job opportunities, growth in income and productivity, enhanced

Copyright ©2023 Ashrafi 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 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]

prosperity and development of tourism entrepreneurship, and overall social and cultural development within the community. These outcomes highlight the potential of agricultural tourism as a catalyst for broader economic and social benefits.

Results: The final model developed through this research outlines several critical components. The causal conditions identified include the diversification of the rural and agricultural economy, a growing tendency toward agricultural tourism entrepreneurship, and the competitiveness of small-scale businesses. Background factors contributing to these conditions include the physical and environmental infrastructure necessary for tourism, supportive institutional policies, self-confidence among entrepreneurs, risk-taking behaviors, and various social and cultural factors. Intervening conditions were also identified, including the initiatives taken by farmers or farm owners, motivational influences, and the necessity for training programs aimed at enhancing entrepreneurial skills. The strategic entrepreneurship model thus formed within the agricultural tourism industry emphasizes several key strategies: networking and leveraging relationships, effective management and organization, and the importance of public support. The results indicate that if these strategies are successfully implemented, they will lead to four significant consequences: the flourishing of job opportunities, growth in income and productivity, enhanced prosperity and development of tourism entrepreneurship, and overall social and cultural development within the community. These outcomes highlight the potential of agricultural tourism as a catalyst for broader economic and social benefits.

Conclusion: The findings of this research demonstrate that agricultural tourism, when approached with a strategic entrepreneurial mindset, can lead to substantial achievements. These achievements include the creation of vibrant business opportunities, increased income and productivity, and the overall prosperity of tourism entrepreneurship. Furthermore, the development of agricultural tourism is crucial for the sustainable development of the country and plays a pivotal role in its economic advancement. To realize these benefits, it is essential to implement effective strategies such as fostering networking opportunities, enhancing management and organizational practices, and ensuring robust public support. Additionally, the research identifies social and cultural factors as the most influential elements impacting the success of agricultural tourism initiatives. Motivational effects were noted as significant intervening factors, while public support emerged as the most critical strategy within the strategic entrepreneurship model for the agricultural tourism industry. In summary, this study underscores the importance of adopting a strategic entrepreneurial approach to agricultural tourism, emphasizing the need for collaboration among stakeholders, investment in training and education, and the development of supportive policies. By harnessing these strategies, agricultural tourism can thrive, contributing not only to economic growth but also to the cultural and social enrichment of communities. Future research should explore the long-term impacts of these strategies and examine additional variables that may influence the success of agricultural tourism initiatives, ensuring a comprehensive understanding of this dynamic sector.

Keywords: Agriculture, Strategic entrepreneurship, Tourism, Tourism model

How to Cite This Article: Ashrafi soltan ahmadi, M., Shirmohammadi, Y., Amini, M. T., & Haddadzadeh, M. (2023). Designing and Explaining of Strategic Entrepreneurship Model in the Agritourism Industry. *J Entrepreneurial Strategies Agric*, 10(2), 128-146. https://doi.org/10.61186/jea.10.20.120

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]

دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

مقاله پژوهشی

طراحی و تبیین الگوی کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی

مجتبی اشرفی سلطان‌احمدی[۱]، یزدان شیرمحمدی[۲]، محمدتقی امینی[۳] و مهدی حدادزاده[۴]

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
۲- دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران، (نویسنده مسوول: y.shirmohamadi@pnu.ac.ir)
۳- استاد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
۴- استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۳/۱
صفحه: ۱۲۸ تا ۱۴۶

چکیده مبسوط

مقدمه و هدف: کارآفرینی بخش حیاتی هر جامعه و نیروی محرکه‌ای برای اشتغال، رشد و رقابت بیشتر است و بنا به دلایل مختلف مانند کمک به توسعه اقتصادی کشورها، ایجاد نوآوری در بازار و ارائه فرصت‌های شغلی جدید، در هر برنامه راهبردی از اولویت بالایی برخوردار و به‌طور ویژه‌ای مورد توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران قرار گرفته است. هدف از تحقیق حاضر ارائه الگوی کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی است.

مواد و روش‌ها: روش تحقیق آمیخته یا ترکیبی از روش کیفی و کمی است. در بخش کیفی داده‌ها با استفاده از نظرات ۱۶ نفر از خبرگان دانشگاهی، مدیران و کارشناسان گردشگری و کارآفرینی با مصاحبه نیمه ساختاریافته، با رویکرد نظریه داده بنیاد جمع‌آوری گردید. همچنین، در این پژوهش نمونه‌گیری به‌روش نظری و هدفمند صورت گرفت. جامعه آماری در بخش کمی صاحبان کسب و کارها و فعالان حوزه صنعت گردشگری در استان آذربایجان غربی بوده و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برای جوامع نامعلوم به تعداد ۴۰۰ نفر به‌صورت تصادفی انتخاب شد. روش گردآوری اطلاعات به دو روش کتابخانه‌ای و میدانی بوده است و ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کمّی پرسشنامه محقق ساخته بود. برای آمار توصیفی و کشف ساختار از تحلیل عاملی اکتشافی از نرم‌افزار SPSS 25 و به‌منظور برازش مدل و ارتباط بین متغیرها و آزمون روابط بین متغیرهای تحقیق، برای تعیین روایی همگرا و واگرای سازه از تحلیل عاملی تأییدی و پایایی ترکیبی (CR) از روش معادلات ساختاری، از نرم‌افزار Smart pLs نسخه ۴ استفاده شد.

یافته‌ها: مدل نهایی از مقوله شرایط علی (متنوع‌ساختن اقتصاد روستایی و کشاورزی، تمایل به کارآفرینی گردشگری کشاورزی و رقابت‌پذیری کسب‌وکارهای مقیاس کوچک)، مقوله زمینه‌ای (زیرساخت‌های فیزیکی و محیطی کسب‌وکار گردشگری، سیاست‌ها و حمایت‌های نهادی، اعتماد به نفس و ریسک‌پذیری و عوامل اجتماعی- فرهنگی)، شرایط مداخله‌گر (ابتکارات کشاورزان یا صاحبان مزارع، اثرات انگیزشی و آموزش‌های لازم)، و الگوی کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی (شبکه‌سازی و استفاده از روابط، مدیریت و سازماندهی و حمایت‌های عمومی) تشکیل شده که منجر به پیامدهایی می‌شود که عبارتند از: شکوفایی فرصت‌کاری؛ رشد درآمد و بهره‌وری؛ رونق و توسعه کارآفرینی گردشگری؛ و توسعه اجتماعی و فرهنگی.

نتیجه‌گیری: نتایج این تحقیق نشان داد که گردشگری کشاورزی با رویکرد کارآفرینی راهبردی منجر به دستاورد یا پیامدهای مانند شکوفایی فرصت کاری، رشد درآمد و بهره‌وری، رونق و توسعه کارآفرینی گردشگری و توسعه اجتماعی و فرهنگی می‌شود که توسعه آن برای توسعه پایدار کشور و به‌دنبال آن توسعه اقتصادی کشور امری مهم و اجتناب‌ناپذیر است که در صورت اجرای درست راهبردهایی مانند شبکه‌سازی و استفاده از روابط، مدیریت و سازماندهی و حمایت‌های عمومی دستیابی به پیامدهای آن امکان‌پذیر است، ضمن اینکه عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثرترین عامل، اثرات انگیزشی مداخله‌ترین عامل و حمایت‌های عمومی با اهمیت‌ترین راهبرد در مدل کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی‌راهبردی، کشاورزی، گردشگری، مدل گردشگری

مقدمه

هرچند انقلاب اینترنتی فرصت‌ها و روندهای کارآفرینی را تغییر داده است (Xie *et al.*, 2021)، اما کارآفرینی همواره توسط تصمیم‌گیرندگان و دولت‌های محلی به‌عنوان یک عامل کلیدی توسعه پذیرفته شده است، چون از طریق تأثیر بر نوآوری، ایجاد شغل و رشد اقتصادی، رفاه اجتماعی را افزایش می‌دهد (Cai *et al.*, 2018). کارآفرینی به یکی از ابزارهای برتر برای حل مشکلات فقر خانوار روستایی، ناامنی غذایی خانوار، گرسنگی، نابرابری و بیکاری تبدیل شده است (Eghbali Kalhor *et al.*, 2022). کارآفرینی می‌تواند به‌طور همزمان به رشد اقتصادی و پایداری اجتماعی و محیط‌زیستی کمک کند (OECD, 2020)[۱]. کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان موتور محرکه جوامع در حال توسعه قلمداد شده و شاخص‌های اقتصادی- اجتماعی را بهبود بخشد (Mansoori and Baghaee, 2021).

طراحی الگوی کاربردی به‌منظور خلق ارزش و ایجاد ثروت در صنعت گردشگری برای کارآفرینان و سازمان در نهایت به رشد و رونق اقتصادی برای شرکت‌های سرمایه‌گذار ارائه دهنده خدمات در این زمینه منجر می‌شود (Mavouni, 2020 Shirmohammadi and). کارآفرینی راهبردی به‌عنوان یک مفهوم کلیدی در پارادایم کارآفرینی مطرح‌شده و به پیگیری عملکرد برتر توسط شرکت‌ها از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه (فرصت‌جویی) و فعالیت‌های راهبردی (مزیت‌جویی) به‌صورت توأمان اشاره دارد. (Kantur, 2016). همچنین، شاخص کارآفرینی راهبردی، یک مفهوم اثرگذار بر میزان کسب موفقیت سازمان‌های کنونی در مبادلات رقابتی در مواجه با رقبا است و کسب‌وکارها را در جهت پاسخگویی مناسب نسبت به عدم اطمینان‌ها و تغییرات محیطی، توسعه مزیت‌های رقابتی پایدار توانمند می‌کند. در کل، کارآفرینی راهبردی ترکیبی از کارآفرینی (کسب فرصت‌ها) و راهبرد (کسب مزیت‌ها) جهت انجام اقدامات طراحی‌شده به‌منظور خلق ثروت است (Arifyanto and Salim, 2021).

در همین راستا، یکی از صنایع در حال رشد در کشور که پتانسیل بالایی برای توسعه دارد، صنعت گردشگری کشاورزی است و در سال‌های اخیر کارآفرینی گردشگری کشاورزی مورد

1- Organization for Economic Cooperation and Development

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]

توجه بیشتری واقع شده است و ملت‌های گوناگون جهان جهت رشد و پیشرفت آن نهایت اهتمام خود را به‌کار برده‌اند (Hou *et al.*, 2022). گردشگری کشاورزی از جمله راهبردهایی است که در چند دهه اخیر برای متنوع‌ساختن اقتصاد روستایی و توسعه پایدار روستایی مطرح‌شده است. اکثر کشورهای جهان این نوع گردشگری را به‌عنوان راهبردی نوین برای توسعه اجتماعی–اقتصادی، احیا و بازسازی نواحی روستایی مدنظر قرار داده‌اند (Motiee Langrudi and Nosrati, 2012). محیط کشاورزی یکی از مؤلفه‌های مهم در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در این بخش است (Masoomi and Rezaei-Moghaddam, 2021).

کارآفرینی کشاورزی می‌تواند با شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌های بخش کشاورزی جوامع روستایی، از طریق برنامه‌ریزی راهبردی مناسب به توسعه‌ی روستایی کمک کند (Yazdani *et al.*, 2020). صاحب‌نظران بر این یقین می‌باشند که کارآفرینی گردشگری کشاورزی به‌عنوان راهبردی نوین نقش اساسی در توسعه پایدار کشاورزی و روستایی را می‌تواند ایفا بکند (Hou et al., 2022). بنابراین، سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری یکی از روش‌های مورد توجه کشورها در زمینه‌ی فرصت‌های شغلی و رهایی از بیکاری است (Varotsis, 2022).

صنعت گردشگری کشاورزی به‌عنوان یک صنعت ایجاد ثروت و خلق ارزش، فرصت‌های کارآفرینی فراوانی را در دل خود جای داده است. گردشگری کشاورزی حرفه‌ای است که کشاورزان یا دامداران کار و کوشش کشاورزی، باغی یا کسب‌وکار کشاورزی، با هدف فراهم‌سازی اوقات فراغت برای بازدیدکنندگان و یادگیری گردشگران انجام می‌دهند (Varotsis, 2022). در حوزه اقتصادی، به متنوع‌سازی کشاورزی کمک کند و یک مرجع درآمد کامل‌کننده برای کشاورزان به‌حساب می‌آید و علاوه بر این، فرصت‌های شغلی جدیدی را در جامعه روستایی ایجاد می‌نماید و کاهش‌دهنده فقر، بیکاری و مهاجرت می‌باشد. در حوزه محیط‌زیستی به حفاظت از محیط‌زیست، اکوسیستم‌ها و زمین‌های کشاورزی یاری رسانده است (Varotsis, 2022).گردشگری کشاورزی به‌عنوان یک شاخه از گردشگری، به صورت گسترده در سطح جهان رشد یافته است (Shirmohammadi and Chobdar, 2023). بنابراین، روش نوین از اندیشه کارآفرینی بسط گردشگری با رویکرد کارآفرینانه می‌باشد که می‌تواند مرجع نوین درآمدزایی باشد (Fotouhi *et al.*, 2020).

استان آذربایجان غربی در شمال غرب ایران واقع شده است این استان علاوه بر اینکه با دو کشور عراق و جمهوری نخجوان هم مرز است، تنها استان کشور است که با کشور ترکیه هم مرز است .این استان به لحاظ جاذبه های طبیعی و تاریخی یکی از مهم‌ترین مراکز گردشگری کشور به‌شمار می‌آید و دهمین استان مهاجرپذیر کشور می‌باشد. گردشگران کشاورزی نیز خواهان تجربه گردشگری در مقاصد روستایی هستند و روستاهای هدف استان آذربایجان غربی نیز ظرفیت استفاده از این فرصت‌ها را دارا هستند (Khatib Semnani and Fathi, 2011) و افزون بر این، یکی از مناطق مستعد کشاورزی نیز می‌باشد. این استان یک میلیون هکتار اراضی کشاورزی داشته و ۵ درصد محصولات کشاورزی کشور در آن تولید می‌شود و از نظر تعداد دهستان رتبه ۸ کشور و از نظر جمعیت روستایی رتبه ۸ کشور را به‌خود اختصاص داده است. با این حال، از نظر شاخص اجتماعی، اقتصادی و زیربنایی رتبه ۱۹ را در کشور به‌خود اختصاص داده است. علاوه بر این بر اساس شاخص درصد جمعیت محروم، استان آذربایجان غربی در وضع مطلوبی قرار ندارد (Parsipour et al., 2022). نرخ بیکاری کل کشور ۹/۶ می‌باشد و نرخ بیکاری این استان ۱۳/۲ می‌باشد که از میانگین متوسط نرخ بیکاری کشور بالاتر است. بررسی‌های میدانی بیانگر این است که گردشگری کشاورزی رونق چندانی ندارد، و در این زمینه برنامه و اقدام خاصی در جهت توسعه آن از سوی مسؤلین، سازمان‌ها و نهادهای مربوطه صورت نگرفته است که در صورت برطرف‌نکردن مسائل مربوطه، گردشگری کشاورزی در این مناطق پایدار نخواهد بود. (Gholami and Mohammadzadeh, 2016).

با بررسی مطالعات خارجی و داخلی، پژوهشی که دربرگیرنده مؤلفه‌ها و ابعاد کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی باشد، جامع مطرح نگردیده است. پس محقق در پژوهش حاضر در تلاش هست که با به‌کارگیری رویکردی کارآفرینانه در جهت ارائه الگوی کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی در استان آذربایجان غربی پرداخته و درصدد پاسخگویی به این سؤال باشد که:

شرایط علّی مؤثر در استقرار کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی کدام هستند؟

شرایط زمینه‌ای مؤثر در استقرار کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی کدام هستند؟

شرایط مداخله‌گر مؤثر در استقرار کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی کدام هستند؟

راهبردهای مؤثر در استقرار کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی کدام هستند؟

پیامدها و نتایج حاصل از استقرار کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی کدام هستند؟

الگوی کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی به چه شکل است؟ و چه عواملی بر شکل‌گیری این الگو اثرگذارند؟

ادبیات مربوط به کارآفرینی راهبردی، نوپا می‌باشد و مباحث مربوط به آن کمتر مورد توجه قرار گرفته است و در تحقیقات مورد غفلت قرار گرفته است. امروزه، رضایت اهمیت زیادی در صنایع خدماتی دارد (Shirmohammadi and Abyaran, 2019). عوامل و متغیرهای دیگری از جمله تصویر برند، کیفیت خدمات، ارزش درک‌شده، رضایت گردشگر، شهرت مقاصد و تعهد گردشگران به مقصد تأثیرات مثبتی بر وفاداری گردشگران دارند (Shirmohammadi and Abyaran, 2020). انگیزه‌های سفر، رضایت از سفر اهمیت زیادی دارد (Shirmohammadi and Atri, 2021).

کارآفرینی راهبردی به معنی تلفیق کارآفرینی و راهبرد برای طراحی و اجرای راهبردهای کارآفرینانه خلق ثروت و ابعاد آن شامل نوآوری، ائتلاف‌ها و شبکه‌های بیرونی، جهانی‌سازی،

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]

منابع و یادگیری سازمانی است (Hitt et al., 2011) در این بین، صنعت گردشگری کشاورزی به‌عنوان یک صنعت ایجاد ثروت و خلق ارزش، فرصت‌های کارآفرینی فراوانی را در دل خود جای‌داده است (Varotsis, 2022).

گردشگر به کسی اطلاق می‌شود که صرف نظر از کنجاوی، برای خشنودی خود و به قصد تفنن و تفریح سفر می‌کند (Mahaliyanaarachchi, 2017). گردشگری به مجموعه فعالیتی گفته می‌شود که در جریات مسافرت یک گردشگراتفاق می‌افتد و شامل هر فعالیتی از قبیل برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مقصد، بازگشت، یادآوری خاطرات، خرید کالاهای مختلف و تعامل میان میزبان و مهمان را در برمی‌گیرد (Amiri and Ehsanifar, 2016). ارتباط کشاورزی با گردشگری هم‌افزایی طبیعی را ایجاد می‌کند که در نهایت به توسعه اقتصادی، افزایش درآمد مزرعه و ارائه فرصت‌های بیشتر برای افراد شاغل در هر دو بخش منجرمی‌شود (Jenkins, 2014). گردشگری کشاورزی (آگروتوریسم[1]) ترکیبی از دو کلمه Agriculture به‌معنای کشاورزی و Tourism به‌معنای گردشگری و یکی از انواع گردشگری روستایی محسوب می‌شود (Qaragoslou and Islami, 2017). گردشگری کشاورزی در مجموع کارآفرینی کشاورزی یعنی فرایند شناسایی فرصت‌ها، تهدیدها، و نقاط قوت و ضعف[2] (SWOT) محیط‌های فعالیت از جمله کشاورزی با روش‌شناسی و سیاست گزینی خاص و جدید برای ایجاد تحول و دگرگونی در کشاورزی است (Karimi, 2017). گردشگری کشاورزی در ایران توسعه چندانی نداشته است، گردشگری کشاورزی زمینه تجارب گوناگون را برای گردشگران به همراه سنن مختلف فراهم می‌کند و می‌توان آن را یکی از زمینه‌های متنوع برای روستاییان دانست. اقتصاد کشاورزان از طریق گردشگری کشاورزی می‌توانند از طریق تفریح و سرگرمی با فعالیت‌های کشاورزی و محصولات کشاورزی، تجربیات ویژه‌ای از سبک زندگی و فرهنگ روستایی را در اختیار گردشگران قرار دهند (Ahmadizadeh, 2022).

شاخص‌هایی چون روستا، گردشگر، کشاورز و مزرعه یا باغ از پیشران‌های اولیه (ارکان) گردشگری کشاورزی بوده و متغیرهایی مانند انگیزه گردشگران و آموزش آن‌ها با محوریت گردشگری کشاورزی، زیرساخت‌ها، حمایت‌های دولتی, دلیل اصلی توسعه گردشگری کشاورزی با نتایج تأثیرگذار می‌باشد (Fotouhi *et al.*, 2020). گردشگری کشاورزی ترکیب خلاقانه منابع روستایی از قبیل، آداب و رسوم، فرهنگ، منابع طبیعی، محصولات محلی و خدمات گردشگری با فعالیت‌های کشاورزی است که منجر به هم‌افزایی گردشگری و کشاورزی می‌گردد (Parvar and khorshid, 2022). متغیرهایی مانند علاقه به خدمت‌رسانی به گردشگران، ویژگی‌های فردی و مهارت، سرمایه‌داری، در توسعه گردشگری کشاورزی تاثیر گذارند(Mahmoudi Chenari et al., 2020).

مواد و روش‌ها

در پژوهش حاضر از روش آمیخته یا ترکیبی از روش کیفی و کمی استفاده شد که مبتنی بر پارادایم اصالت عمل و با رویکرد استقرایی- قیاسی می‌باشد و طرح مستدل بر این تحقیق، طرح اکتشافی است که هدفش این است که از طریق شکل‌دهی به‌روش کمی به نتایج حاصل از روش کیفی کمک کند (Sharifian, 2014). نخست داده‌های کیفی جمع‌آوری و سپس طرح به‌کار برده‌شده بر اساس طرح نظام‌مند کدگذاری در سه مرحله باز، محوری و انتخابی تحلیل می‌گردد و براین اساس از پارادایم منطقی یا تصویر نموداری تئوری خلق‌شده استفاده شد و در آخر با شکل‌گیری فرضیه‌ها به اتمام می‌رسد، سپس داده‌های کمی جمع‌آوری و تحلیل شدند و در نهایت تحلیل کیفی و کمی با هم مورد تفسیر قرار گرفت. رویکرد استقرایی (از جز به کل) رویکرد حاکم در این پژوهش است (Danai Fard, 2011) و راهبرد مورد استفاده، بر مبنای نظریه داده بنیاد می‌باشد (Sharafi and Abbaspour, 2014). روش گردآوری اطلاعات از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی بوده و در گردآوری داده‌ها در بخش کیفی از پروتکل‌های مصاحبه با سوألات باز و در بخش کمّی از پرسشنامه با سوألات بسته با طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها به‌صورت کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی انجام گرفت. جامعه آماری در بخش کیفی از خبرگان دانشگاهی، مدیران و کارشناسان گردشگری و کارآفرینی بودند و نمونه‌گیری به روش نظری و هدفمند صورت گرفت و حجم نمونه تا اشباع نظری داده یعنی بعد از انجام ۱۶ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، تحلیل داده به اشباع نظری رسید و جامعه آماری در بخش کمّی صاحبان کسب و کارها و فعالان حوزه صنعت گردشگری در روستاهای هدف استان آذربایجان غربی بودند و حجم نمونه در بخش کمّی با استفاده از فرمول کوکران برای جوامع نامعلوم به‌صورت رابطه (۱) تعیین گردید.

$$n = \frac{z\frac{a}{2}^2 \times s^2}{e^2} \qquad (۱)$$

برای تعیین واریانس، یا انحراف معیار نمونه ابتدا ۳۰ پرسشنامه به‌صورت تصادفی توزیع گردید، سپس از داده‌های گردآوری شده در مرحله مقدماتی پژوهش، در حجم نمونه اولیه، انحراف معیار نمونه محاسبه (۰/۵۱) و براساس آن و در سطح خطای معادل ۰/۰۵ و با ۹۵ درصد اطمینان نمونه‌ای طبق رابطه (۲) معادل ۴۰۰ نفر از صاحبان کسب‌وکارها و فعالان حوزه صنعت گردشگری انتخاب شدند.

$$n = \frac{z(1.96)^2 \times (0.51)^2}{(0.05)^2} = 399.68 \cong 400 \qquad (۲)$$

در این تحقیق برای بررسی نرمال‌بودن توزیع نمرات متغیرها از آزمون کولموگروف – اسمیرنوف استفاده شد. اگر سطح معنی‌داری آزمون کمتر از ۰/۰۵ باشد توزیع متغیر موردنظر نرمال نمی‌باشد. برای کشف ساختار از تحلیل عاملی اکتشافی از نرم‌افزار SPSS 25 استفاده شد. در این تحلیل هرچقدر مقادیر اشتراک استخراجی بزرگ‌تر باشد، عامل‌های استخراج شده، متغیرها را بهتر نمایش می‌دهند و هر چقدر مقادیر اشتراک استخراجی کوچک‌تر باشد یعنی کوچک‌تر از ۰/۰۵ باشد باید، حذف گردند.

در بخش کیفی، قابلیت اعتماد به‌عنوان معیاری برای جایگزینی روایی و پایایی می‌باشد که متشکل از چهار مفهوم جزئی‌تر قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت تأیید و

1- Agritourism
2- Strengths, weaknesses, opportunities, and threats

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]

اطمینان‌پذیری است (Guba and Lincoln, 1982). قابلیت اعتبار معادل روایی در پژوهش‌های کمی است یعنی میزان و درجه‌اعتماد به واقعی بودن یافته‌ها برای شرکت‌کنندگان در پژوهش. قابلیت‌انتقال به‌معنی قابلیت تعمیم پژوهش به سایر حوزه‌ها و زمینه‌های مشابه و قابلیت تأیید یعنی پرهیز از سوگیری است. اطمینان‌پذیری معادل پایایی در پژوهش کمی است، به درجه بازیافت و تکرارپذیری داده‌ها توسط سایر پژوهشگران اطلاق می‌شود (Abbaszadeh, 2011). در این پژوهش قابلیت‌اعتماد براساس معیار اعتبار (صرف وقت کافی و به‌کارگیری دو کدگذار جهت چند نمونه مصاحبه برای کسب اطمینان از یکسانی دیدگاه کدگذاران)، انتقال‌پذیری (مشورت با متخصصین در مورد یافته‌های تحقیق) و اطمینان‌پذیری استفاده شد. همچنین، از شیوه بازآزمایی جهت ارزیابی تحقیق استفاده شد که اطمینان‌پذیری بین کدگذاران برای مصاحبه‌های انجام‌شده برابر ۰/۷۸ شد. در بخش کمی جهت تعیین روایی همگرا و واگرای سازه از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد و جهت سنجش پایایی پرسشنامه از پایایی ترکیبی[1] (CR) استفاد شد که با توجه به نتایج به‌دست‌آمده در قسمت یافته‌ها، روایی و پایایی مورد تأیید قرار گرفت. آماره‌های توصیفی بخش کیفی و کمی با استفاده از نرم‌افزار spss[2] در جدول (۲) آورده شد و تجزیه و تحلیل داده‌های کمی برازش مدل، تحلیل عاملی تأییدی و آزمون روابط بین متغیرهای تحقیق، با مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار نسخه ۴ Smart pLs[3] صورت گرفت.

نتایج و بحث

روستاهای هدف استان آذربایجان غربی در جدول (۱) و آمار توصیفی تحقیق در جدول (۲) آمده است. بر اساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل پرسشنامه تحقیق و جدول (۲) در بخش کمی، ۶۹/۵ درصد (۲۷۸ نفر) نمونه منتخب مرد و ۳۰/۵ درصد (۱۲۲ نفر) زن، ۸۲/۵ درصد (۳۳۰ نفر) متأهل و ۱۷/۵ درصد (۷۰ نفر) مجرد می‌باشند. بیشترین درصد سن یعنی ۳۹/۸ درصد (۱۵۹ نفر) مربوط به ۴۱ الی ۵۰ سال است. بیشترین درصد تحصیلات یعنی ۵۷/۲۵ درصد (۲۲۹ نفر) دارای تحصیلات کارشناسی‌ارشد است و بیشترین درصد میزان سابقه فعالیت یعنی ۵۴/۵ درصد (۲۱۸نفر) دارای سابقه بین ۶ تا ۱۵سال می‌باشند. در بخش کیفی، ۸۱/۲۵ درصد (۱۳ نفر) مرد و ۱۸/۷۵ درصد (۳ نفر) زن، ۳۷/۵ درصد (۶ نفر) متأهل و ۶۲/۵ درصد (۱۰ نفر) مجرد می‌باشند. بیشترین درصد سن ۳۷/۵ درصد (۶ نفر) مربوط به ۴۱ الی ۵۰ سال است. بیشترین درصد تحصیلات ۵۰ درصد (۸ نفر) دارای تحصیلات کارشناسی‌ارشد و ۳۷/۵ درصد (۶ نفر) دارای تحصیلات دکتری است و بیشترین درصد میزان سابقه فعالیت یعنی درصد (۷ نفر) دارای سابقه بین ۲تا ۴ سال می‌باشند.

1- Composite Reliability
2- Statistical Package for the Social Sciences
3- Partial least squares

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]

جدول ۱- روستاهای هدف استان آذربایجان غربی

Table 1. Target villages of West Azarbaijan province

ردیف Row	نام روستا Name of the village		ردیف Row	نام روستا Name of the village	آدرس منطقه Village address
1	سوله دوکل Soleh dokl	بخش سیلوانا ارومیه Silvana district of Urmia	26	پیرکندی Pir Kandi	از توابع خوی District of khoy
2	سهولان Sahulan	بخش مرکزی مهاباد Central part of Mahabad	27	قره آغاج Qarah Aghaj	بخش مرکزی ارومیه Central part of Urmia
3	احمدآباد Ahmad Abad	بخش تخت سلیمان تکاب Section of Takht Suleiman Takab	28	بسطام Bastam	از توابع چایپاره District of Chaypareh
4	شلماش Slmashha	بخش مرکزی سردشت Central part of Sardasht	29	اوزان ouzan	از توابع شاهین دژ District of Shahin Dezh
5	حسنلو Hasanlu	بخش محمدیار نقده Mohammadyar Naqhadeh section	30	گوی تپه Gug Tappeh	بخش بلکشوچای ارومیه Central part of Urmia
6	خورنج Khoranj	از توابع پیرانشهر Central District of Piranshahr	31	آغداش Agdash	از توابع چهاربرج District of Chahar Borj
7	قره باغ Karabakh	از توابع بخش انزل شمالی ارومیه Central District of North Anzel district of Urmia	32	طلاتپه Tala Tappeh	بخش نازلو ارومیه Nazlu district of Urmia
8	باغچه جوق Baghcheh Joogh	از توابع بخش مرکزی ماکو Central District of Maku	33	ایستی سو Istisu	از توابع سلماس District of salmas
9	خوشاکو Khoshako	بخش سیلوانا ارومیه Silvana Ward of Urmia	34	عرب دیزج Arab Dizaj	از توابع چالدران District of Chalderan
10	چی چست Chichest	بندر گلمانخانه دریاچه ارومیه Golmankhaneh port. Lake Urmia	35	قلعه جوق Ghaleejoogh	از توابع ماکو Central District of Maku
11	قره کلیسا Qara Kelisa	بخش جنوب ماکو South part of Maku	36	امام زاده Imamzadeh	از توابع ارومیه Central part of Urmia
12	نازلو Nazlu	بخش نازلو ارومیه Nazlu district of Urmia	37	احمدآباد Ahmad abad	از توابع خوی District of khoy
13	مارمیشو Marmisho	بخش غربی نازلو Western part of Nazlu	38	خان تختی Khan Takhty	از توابع سلماس District of salmas
14	شملکان Shamlakan	بخش سیلوانا ارومیه Silvana Ward of Urmia	39	قبرمیزی‌لیخ kirmizili	از توابع ماکو District of maku
15	جبیگلو Jabiglu	از توابع میاندواب District of Miandoab	40	میرآوا Mirawa	از توابع اشنویه District of Oshnavieh
16	قره داغ Qharabagh	نازلو ارومیه Nazlu urmia	41	بدرلو Badarlu	از توابع تکاب District of tekab
17	پورناک Purnak	از توابع پلدشت Central District of Poldasht	42	دورباش doorbash	جنوب تکاب South Takab
18	باراندوز barandoz	بخش مرکزی ارومیه Central part of Urmia	43	جان آقا Jan Agha	از توابع باروق District of Baruch
19	پسک سفلی Pasak-e Sofla	از توابع خوی District of khoy	44	بارون Baron	ماکو maku
20	هفت آباد Haft abad	بخش سیلوانا ارومیه Silvana Ward of Urmia	45	حیدرباغی Heidar baghi	بخش نختالو باروق Nakhtalu Barouk section
21	خورنج Khoranj	از توابع پیرانشهر Central District of Piranshahr	46	گولان Gulan	بخش انزل جنوبی ارومیه Central part of anzal Urmia
22	قره گل Ghareh Gol	از توابع بوکان District of Bukan	47	احمد آباد علیا Ahmadabad-e Olya	از توابع میاندواب District of Miandoab
23	بدل‌آباد Badal abad	از توابع خوی District of khoy	48	خضرلو Khezerlu	بخش قره قویون شوط Qarah Quyun District
24	بیمضرته Bimzarteh	از توابع اشنویه District of Oshnavieh	49	تازه‌کندنصرت‌آباد Tazekand-e Nosratabad	بخش تخت سلیمان تکاب Section of Takht Suleiman Takab
25	رازی Razi	از توابع بخش قطور خوی District of khoy			

جدول ۲- آمار توصیفی تحقیق (یافته‌های محقق)

Table 2. Descriptive statistics of the research (researcher's findings)

	شاخص‌ها Indicators	بخش کمی Quantitative section		بخش کیفی Qualitative section	
		تعدادNumber	درصدPercent	تعدادNumber	درصدPercent
جنیست gender	مرد Male	278	69.5	13	81.25
	زن Female	122	30.5	3	18.75
وضعیت تاهل marital status	مجرد Single	70	17.5	10	62.5
	متاهل married	330	82.5	6	37.5
سن Age	۲۱-۳۰ سال 21-30 years	52	13	2	12.5
	۳۱-۴۰ سال 31-40 years	88	22	5	31.25
	۴۱-۵۰ سال 41-50 years	159	39.8	6	37.5
	بیش از ۵۰ سال More than 50 years	101	25.2	3	18.75
	میانگین Mean	3.77	در طبقه سوم مربوط به ۴۱ الی ۵۰ سال	2.62	در طبقه دوم مربوط به ۳۱ الی ۴۰
	انحراف معیار Std. Deviation	0.971	-	0.957	-
میزان تحصیلات Level of education	دیپلم و زیر آن Diploma and below	4	1	0	0
	کاردانی Associate degree	15	3.75	0	0
	کارشناسی Bachelor's degree	113	28.25	2	12.5
	کارشناسی ارشد Masters	229	57.25	8	50
	دکتری P.h.D	39	9.75	6	37.5
سابقه فعالیت Experience	۵ سال و کمتر 5 years and less	99	24.75	3 (کمتر از 2 سال)	18.75
	۶ -۱۵ سال 6-15 years	218	54.5	7 (2-4 سال)	43.75
	۱۶ -۲۵ سال 16-25 years	45	11.25	6 (بیش از4 سال)	37.5
	بیش از ۲۵ سال More than 25 years	38	9.5	–	–
	میانگینMean	2.06	در طبقه دوم مربوط به دارای سابقه بین ۶ تا ۱۵سال	2.18	در طبقه دوم دارای سابقه بین ۲ تا ۴ سال
	انحراف معیارStd. Deviation	0.86	-	0.75	-

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]

در این بخش، تجزیه و تحلیل داده‌ها، برمبنای طرح نظام‌مند استراوس‌و کوربین و براساس کدگذاری در سه مرحله باز، محوری و انتخابی، به صورت زیر انجام گرفت.

کدگذاری باز: محقق با بررسی داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها و با خواندن سطر به سطر یا متون مصاحبه‌ها که بارها خوانده شد و پس از نشانه‌گذاری و شکستن داده‌ها، هر مفهومی که به ذهن می‌رسید درنظر گرفته و برچسب مفهومی دریافت کردند و مقوله‌های اصلی و فرعی مربوط به آنها، و نیز زیرمقوله‌ها مشخص گردیدند. درنهایت از ۹۶ مفهوم اولیه مستخرج از متن مصاحبه شرکت‌کنندگان ۱۷ مقوله استخراج شد.

کدگذاری محوری: با توجه به کدگذاری‌های به‌دست‌آمده مرحله باز، کدگذاری محوری صورت گرفت، به‌عبارت‌دیگر، کدها و دسته‌های اولیه‌ای که در کدگذاری باز صورت گرفتند، با هم مقایسه شدند و کدهایی که از نظر مفهومی با هم مشابه بودند ادغام و دسته‌ها یا طبقاتی که به یکدیگر مربوط می‌شدند، حول محور مشترکی قرار گرفتند. این طبقات شامل شرایط علی، راهبردها، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر و پیامدها می‌باشند که این طبقات در قالب یک مدل دیداری به‌هم مرتبط شده و پارادایم کدگذاری محوری را به‌وجود می‌آورند که در برگیرنده پدیده محوری است. ابعاد پارادایم کدگذاری، تحلیل به‌دست آمده از مصاحبه‌ها در جداول (۳)، (۴)، (۵)، (۶) و (۷) ارائه شده و در نهایت، مدل کیفی تحقیق یا نظریه بیان گردید. بنابراین، مقوله‌های موجود در مدل پارادایمی استراوس و کوربین به‌صورت زیر می‌باشد.

شرایط علی: عواملی که موجب پدیده محوری شده‌اند که نتایج بیانگر وجود سه مقوله مرتبط با شرایط علی که شامل متنوع ساختن اقتصاد روستایی و کشاورزی، تمایل به کارآفرینی گردشگری کشاورزی و رقابت‌پذیری کسب‌وکارهای مقیاس کوچک می‌باشد و ۱۵ کد نهایی استخراج‌شده از مصاحبه است که در جدول (۳) آمده است.

جدول ۳- کدگذاری محوری شرایط علی (یافته‌های محقق)

Table 3. Axial coding of causal conditions (researcher's findings)

ابعاد Dimensions	مقوله‌ها Categories	مفاهیم (کد نهایی) (کدگذاری باز) Concepts (final code) (open coding)
شرایط علی Causal factors	۱- متنوع‌ساختن اقتصاد روستایی و کشاورزی 1- Diversifying the rural and agricultural economy	گوناگونی محیطی Environmental diversity
		مزیت های نسبی comparative advantages
		درآمدی دیگر علاوه بر درآمد کشاورزی Another income in addition to agricultural income
	۲- تمایل به کارآفرینی گردشگری کشاورزی 2- Willingness for agricultural tourism entrepreneurship	ایجاد انگیزه در گردشگری کشاورزی مؤثر است. Motivating agricultural tourism is effective.
		نقش آفرینی در گردشگری کشاورزی مؤثر است. Playing a role in agricultural tourism is effective.
		مشارکت روستاها در فعالیت‌های کشاورزی محرک قوی در جذب گردشگری است. The participation of villages in agricultural activities is a strong incentive to attract tourism.
		برگزاری دوره‌های آموزشی شناخت گردشگری کشاورزی Holding educational courses on agricultural tourism
		برگزاری همایش‌های دوره ای Organizing periodical conferences
		حذف ناامنی اقتصادی Elimination of economic insecurity
		فهم مشارکت در تجربه لذت از بازدید مزارع Understanding participation in experiencing the pleasure of visiting farms
	۳-رقابت‌پذیری کسب‌وکارهای مقیاس کوچک 3-Competitiveness of small-scale businesses	وجود منابع محلی بومی در توسعه خدمات گردشگری کشاورزی The presence of indigenous local resources in the development of agricultural tourism services
		توان مزارع جهت پذیرش بار اضافی فعالیت گردشگران The ability of farms to accept the additional load of tourist activity
		وجود نیروی انسانی بومی و با انگیزه در راستای توسعه خدمات گردشگری کشاورزی The presence of local and motivated manpower in the direction of developing agricultural tourism services
		قیمت و وضعیت بازار محصولات کشاورزی Price and market condition of agricultural products
		تقاضای گردشگران برای مقاصد گردشگری کشاورزی و محصولات محلی و ارگانیک Demand of tourists for agricultural tourism destinations and local and organic products

شرایط زمینه‌ای: شرایطی که در آن راهبردها کنش متقابل برای کنترل یا پاسخ به پدیده انجام می‌دهند که نتایج بیانگر وجود چهار مقوله مرتبط با این شرایط که شامل زیرساخت‌های فیزیکی و محیطی کسب‌وکار گردشگری، سیاست‌ها و حمایت‌های نهادی، اعتماد به نفس و ریسک‌پذیری و عوامل اجتماعی و فرهنگی می‌باشد و ۳۰ کد نهایی استخراج‌شده از مصاحبه است که در جدول (۴) آمده است.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]

جدول ۴- کدگذاری محوری شرایط زمینه‌ای (یافته‌های محقق)

Table 4. Axial coding of background conditions (researcher's findings)

ابعاد Dimensions	مقوله‌ها Categories	مفاهیم (کد نهایی) (کدگذاری باز) Concepts (final code) (open coding)
عوامل زمینه‌ای Contextual factors	۱- زیرساخت‌های فیزیکی و محیطی کسب‌وکار گردشگری 1- Physical and environmental infrastructure of tourism business	زیرساخت‌های ICT و فناوری به روز ICT infrastructure and up-to-date technology
		وجود جاذبه‌ها و منابع طبیعی و بوم‌گردی و فضای سبز The existence of attractions and natural resources, ecotourism and green space
		زیرساختهای محیطی و کالبدی مانند زیرساخت های حمل و نقل زمینی، جاده ای و هوایی، سیستم های آب و فاضلاب، بانک، شبکه گاز Environmental and physical infrastructures such as land, road and air transportation infrastructures, water and sewage systems, banks, gas networks
		آثار تاریخی Historical monuments
		خانه بهداشت – درمانگاه Health House – Clinic
		شرایط آب و هوایی، تنوع محصولات کشاورزی Climatic conditions, variety of agricultural products
		مستعدبودن منطقه، موقعیت آن از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی The susceptibility of the area, its location in terms of proximity and access to population centers
		تورها و آژانس‌های گردشگری کشاورزی Tours and agricultural tourism agencies
	۲- سیاست‌ها و حمایت‌های نهادی 2- Policies and institutional support	نوع نگرش مسئولین به مزیت‌های اقتصادی گردشگری کشاورزی The attitude of officials towards the economic advantages of agricultural tourism
		همکاری و هماهنگی میان نهادها و سازمان‌های درگیر در گردشگری و کشاورزی Cooperation and coordination between institutions and organizations involved in tourism and agriculture
		تشویق و پشتیبانی دولت از ابتکارات گردشگری کشاورزی Government encouragement and support for agricultural tourism initiatives
		ایجاد زمینه برای بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در گردشگری کشاورزی Creating grounds for the private sector to invest in agricultural tourism
		سیاست‌های دولت برای برنامه جامع کارافرینی کشاورزی Government policies for comprehensive agricultural entrepreneurship program
		اعطای وام‌های بلندمدت با سود اندک Providing long-term loans with low interest
		برقراری امنیت برا ی گردشگران Establishing security for tourists
		آموزش و مشاوره مهارت کارآفرینی گردشگری Training and consulting of tourism entrepreneurship skills
		حمایت از دهیاری‌ها و تعاونی‌ها Support to village councils and cooperatives
		سیاست‌های دولت برای معافیت‌های مالیاتی و سهولت قوانین دولتی برای گردشگری کشاورزی Government policies for tax exemptions and ease of government laws for agritourism
	۳- اعتماد به نفس و ریسک‌پذیری 3- Confidence and risk-taking	از ابتکار و پیش‌قدم‌بودن در کار نترسیدن Don't be afraid to take initiative and be proactive in your work
		از شکست خوردن در توسعه فعالیت کشاورزی ناامید نشدن Do not be disappointed by failure in the development of agricultural activity
		کار و شغل فعلی خود را به‌دلیل ایده خوب رها کردن Leaving your current job because of a good idea
		روش‌های نو را به روش‌های سنتی و مطمئن ترجیح دادن Prefer new methods to traditional and reliable methods
		اگر نتیجه انجام کاری به خطراش بیارزد حتی با وجود مخالفت دیگران آن را انجام دادن If the result of doing something is worth risking, do it even in spite of the opposition of others.
	۴- عوامل اجتماعی و فرهنگی 4-Social and cultural factors	برخورد مناسب کشاورزان و جامعه میزبان با گردشگران Appropriate treatment of farmers and the host community with tourists
		توسعهٔ فرهنگ گردشگری کشاورزی Development of agricultural tourism culture
		ایجاد حس همکاری و مشارکت در بین مردم Creating a sense of cooperation and participation among people
		فرهنگ گردشگرپذیری و مهمان‌پذیری را در میان کشاورزان نهادینه کردن To institutionalize the culture of tourism and hospitality among farmers
		مراسم مذهبی و فرهنگی محلی در بین کشاورزان احیا کردن Revival of local religious and cultural ceremonies among farmers
		سطح آموزش و آگاهی را از طریق رفت و آمد گردشگران را بهبود دادند. They improved the level of education and awareness through tourists.
		وجود آداب، رسوم و فرهنگ بومی و محلی The existence of indigenous and local customs, traditions and culture

شرایط مداخله‌گر: عوامل وضعیتی خاص که اثرگذار بر راهبردها است. که بیانگر وجود سه مقوله مرتبط با این شرایط که شامل ابتکارات کشاورزان یا صاحبان مزارع، اثرات انگیزشی و آموزش‌های لازم می‌باشد و ۱۹ کد نهایی استخراج‌شده از مصاحبه است که در جدول (۵) آمده است.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]

جدول ۵- کدگذاری محوری شرایط مداخله‌گر (یافته‌های محقق)

Table 5. Axial coding of intervening conditions (researcher's findings)

ابعاد Dimensions	مقوله‌ها Categories	مفاهیم (کد نهایی) (کدگذاری باز) Concepts (final code) (open coding)
شرایط مداخله‌گر interfering factors	۱- ابتکارات کشاورزان یا صاحبان مزارع 1- Initiatives of farmers or farm owners	حمایت از نوآوری Supporting innovation
		نهادینه کردن روش‌ها و اطلاعات به‌روز شده Institutionalize updated methods and information
		استفاده از فرصت‌های موجود در زمین مزارع یا کشاورزی Using the opportunities available in fields or agriculture
		برنامه‌ریزی منابع گردشگری Tourism resource planning
		نوآوری در روش‌های کشاورزی یا مزرعه‌داری Innovation in farming methods
	۲- اثرات انگیزشی 2- Motivational effects	ایجاد جاذبه و انگیزه Creating attraction and motivation
		روحیه بالا و گرم مهمان‌نوازی و مردم‌دوستی High and warm spirit of hospitality and people friendliness
		بهره‌مندی از هوای پاکیزه Benefit from clean air
		ایجادنمودن علایق بازدید کنندگان Create visitors' interests
		نحوه پذیرایی از گردشگران How to receive tourists
		پایین‌بودن قیمت محصولات Low product prices
		برخورد و اخلاق خوب کشاورزان Good attitude and behavior of farmers
		مشارکت‌دادن گردشگران در کشاورزی Involving tourists in agricultural work
		آرامش در محیط دلنشین Relaxation in a pleasant environment
	۳- آموزش‌های لازم 3- Necessary trainings	برگزاری کلاس‌های طبقه‌بندی‌شده holding classified classes,
		آموزش مطابق استانداردهای گردشگری Training according to tourism standards
		دعوت از کارآفرینان موفق Calling successful entrepreneurs
		تخصص‌گرایی Specialization
		آموزش به موقع و ایجاد پژوهش Timely training and creating research

راهبردها: اقدامات انجام‌یافته در ارتباط با پدیده محوری یا کنش ها و واکنش هایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده موردنظر، که بیانگر وجود سه مقوله مرتبط با این شرایط که شامل شبکه‌سازی و استفاده از روابط، مدیریت و سازماندهی و حمایت‌های عمومی می‌باشد و ۱۶ کد نهایی استخراج‌شده از مصاحبه است که در جدول (۶) آمده است.

جدول ۶- کدگذاری محوری راهبردها (یافته‌های محقق)

Table 6. Core coding of strategies (researcher's findings)

ابعاد Dimensions	مقوله‌ها Categories	مفاهیم (کد نهایی) (کدگذاری باز) Concepts (final code) (open coding)
راهبردها Strategies	۱- شبکه‌سازی و استفاده از روابط 1- Networking and using relationships	ایجاد شبکه اطلاع‌رسانی درباره گردشگری کشاورزی Creating an information network about agricultural tourism
		برگزاری نمایشگاه‌های کشاورزی Organizing agricultural exhibitions
		راهنمای گردشگری کشاورزی Agricultural tourism guide
		تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی در مورد گردشگری کشاورزی Advertising in social networks about agricultural tourism
		تهیه و توزیع نشریات گردشگری کشاورزی Preparation and distribution of agricultural tourism publications
	۲- مدیریت و سازماندهی 2- Management and organization	تربیت نیروی متخص و آموزش‌دیده در زمینه برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری کشاورزی Training of specialized and trained personnel in the field of agricultural tourism planning and management
		برگزاری کارگاه‌های علمی آموزشی و آموزش مهارت‌های جدید Organizing scientific educational workshops and teaching new skills
		اهمیت بخشیدن به نظام هماهنگی و هماهنگی میان نهادهای تصمیم‌گیرنده Giving importance to the system of coordination and coordination between decision-making institutions
		مشاوره به گردشگران کشاورزی Advice to agricultural tourists
		توجه به مزایای اقتصادی گردشگری کشاورزی Attention to the economic advantages of agricultural tourism
		مهارت‌های مدیریتی به افراد در فعالیت‌های گردشگری کشاورزی Management skills for people in agricultural tourism activities
		شناخت نقاط ضعف و قدرت، و تحلیل عملیاتی محیط Recognizing weaknesses and strengths, and operational analysis of the environment
	۳- حمایت‌های عمومی 3- General support	دسترسی به وام و سرمایه Access to loans and capital
		آموزش Education
		شبکه‌های کارآفرینی Entrepreneurial networks
		تحقیق و توسعه Research and Development

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]

پیامدها: نتایج حاصل از کاربست راهبردها می‌باشند که نتایج بیانگر وجود چهار مقوله مرتبط با این شرایط که شامل: شکوفایی فرصت‌کاری، رشد درآمد و بهره‌وری، رونق و توسعه کارآفرینی گردشگری و توسعه اجتماعی و فرهنگی می‌باشد و ۱۶ کد نهایی استخراج شده از مصاحبه است که در جدول (۷) آمده است.

جدول ۷- کدگذاری محوری پیامدها (یافته‌های محقق)

Table 7. Axial coding of results (researcher's findings)

مفاهیم (کد نهایی) (کدگذاری باز) Concepts (final code) (open coding)	مقوله‌ها Categories	ابعاد Dimensions
ایجاد اشتغال یا کاهش بیکاری Creating employment or reducing unemployment	۱- شکوفایی فرصت کاری 1- Prosperity of work opportunities	پیامدها Consequences
فرصت‌های شغلی برابر Equal employment opportunities		
توسعه فرهنگ کارآفرینی Development of entrepreneurial culture		
ایجاد امنیت شغلی Creating job security		
فروش محصولات کشاورزی و صنایع دستی Sale of agricultural products and handicrafts		
توسعه کسب‌وکار Business Development		
استفاده از قابلیت منابع کشاورزان Utilization of farmers' resources	۲- رشد درآمد و بهره‌وری 2-Revenue growth – productivity	
افزایش میزان درآمد خانوارها Increase in household income		
پیش‌دست بودن در فعالیت‌های جدید گردشگری کشاورزی Being at the forefront of new agricultural tourism activities		
بالارفتن ظرفیت‌های محیطی مرتبط با کارآفرینی گردشگری Increasing environmental capacities related to tourism entrepreneurship	۳- رونق و توسعه کارآفرینی گردشگری 3- Prosperity and development of tourism entrepreneurship	
بالارفتن فرصت‌های ناشی از بازار Increasing market opportunities		
کیفیت سطح زندگی Quality of life		
افزایش کار به‌خصوص کار زنان Increasing work, especially women's work	۴- توسعه اجتماعی و فرهنگی 4- Social and cultural development	
اثربخشی اقتصادی- اجتماعی و کارآفرینی گردشگری Economic-social effectiveness and tourism entrepreneurship		
بالارفتن درک کارآفرینانه از گردشگری Increasing the entrepreneurial understanding of tourism		
افزایش فرهنگ گردشگرپذیری در میان کشاورزان Increasing the culture of tourism among farmers		

در این تحقیق براساس مؤلفه‌های مرحله کدگذاری محوری، گزاره‌های حکمی یا قضیه‌های زیر به‌وجود آمدند.

قضیه ۱: متنوع‌ساختن اقتصاد روستایی و کشاورزی، تمایل به کارآفرینی گردشگری کشاورزی و رقابت‌پذیری کسب‌وکارهای مقیاس کوچک به‌عنوان شرایط علی در استقرار مدل کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی تأثیر می‌گذارند.

قضیه ۲: زیرساخت‌های فیزیکی و محیطی کسب‌وکار گردشگری، سیاست‌ها و حمایت‌های نهادی، اعتماد به‌نفس و ریسک‌پذیری و عوامل اجتماعی و فرهنگی به‌عنوان شرایط زمینه‌ای در استقرار مدل کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی تأثیر می‌گذارند.

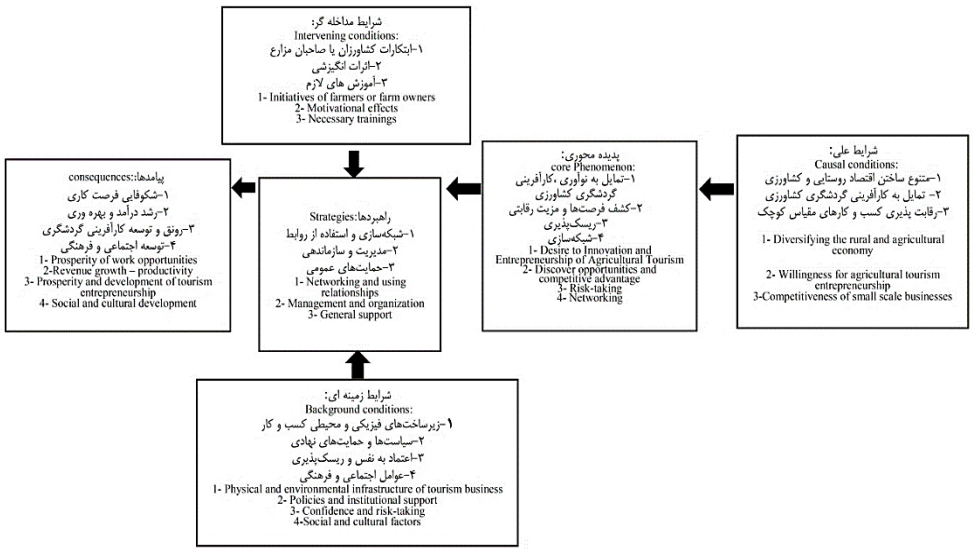
قضیه ۳: ابتکارات کشاورزان یا صاحبان مزارع، اثرات انگیزشی و آموزش‌های لازم به‌عنوان شرایط مداخله‌گر در استقرار مدل کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی تأثیر می‌گذارند؟

قضیه ۴: شبکه‌سازی و استفاده از روابط، مدیریت و سازماندهی و حمایت‌های عمومی در راستای رونق گردشگری از راهبردهای اصلی در استقرار مدل کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی هستند.

قضیه ۵: شکوفایی فرصت‌کاری، رشد درآمد و بهره‌وری، رونق و توسعه کارآفرینی گردشگری و توسعه اجتماعی و فرهنگی از پیامدهای، استقرار مدل کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی خواهد بود.

بنابراین، مدل نهایی کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی براساس نظریه داده‌بنیاد به‌صورت شکل (۱) می‌باشد.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]



شکل ۱- الگوی کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی براساس نظریه داده‌بنیاد (یافته‌های محقق)
Figure 1. Entrepreneurial-strategic model in the agricultural tourism industry based on the data theory of the foundation (researcher's findings)

قبل از انجام تحلیل عاملی ابتدا باید اطمینان حاصل کرد که آیا تعداد داده‌های موجود برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا خیر؟ برای این کار از شاخص‌های KMO[1] و آزمون بارتلت استفاده شد. شاخص KMO معیاری برای کفایت نمونه‌گیری است. این شاخص در دامنه صفر تا یک قرار دارد. اگر مقدار شاخص نزدیک به یک باشد، داده‌های موردنظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند و در غیر این‌صورت (معمولاً کمتر از ۰/۶) نتایج تحلیل عاملی برای داده‌های موردنظر چندان مناسب نمی‌باشد (Momeni and Faal Qayyumi, 2017). از آنجایی که در این تحقیق مقدار شاخص KMO برابر ۰/۸۱ به‌دست آمد، تعداد نمونه برای تحلیل عاملی کافی است، همچنین، سطح معنی‌داری آزمون بارتلت کوچکتر از ۰/۰۵ است که نشان داد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار، مدل عاملی، مناسب است و فرض شناخته‌شده بودن ماتریس همبستگی رد می‌شود. یعنی بین متغیرها ارتباط وجود دارد. با توجه به خروجی به‌دست‌آمده از تحلیل عاملی اکتشافی مقادیر استخراجی تمامی متغیرها یا عامل‌ها، بزرگتر یا مساوی ۰/۰۵ شد لذا در تحلیل باقی ماندند.

بررسی نرمال‌بودن توزیع نمرات متغیرها با آزمون کولموگروف- اسمیرنوف که فرض صفر در این آزمون نرمال بودن توزیع متغیر می‌باشد، با توجه به سطوح معنی‌داری در جدول (۸)، سطوح معنی‌داری تمام متغیرهای تحقیق کمتر از ۰/۰۵ است. یعنی فرض صفر رد شده و توزیع متغیرها نرمال نمی‌باشند. بنابراین، می‌توان از روش حداقل مربعات جزئی استفاده نمود.

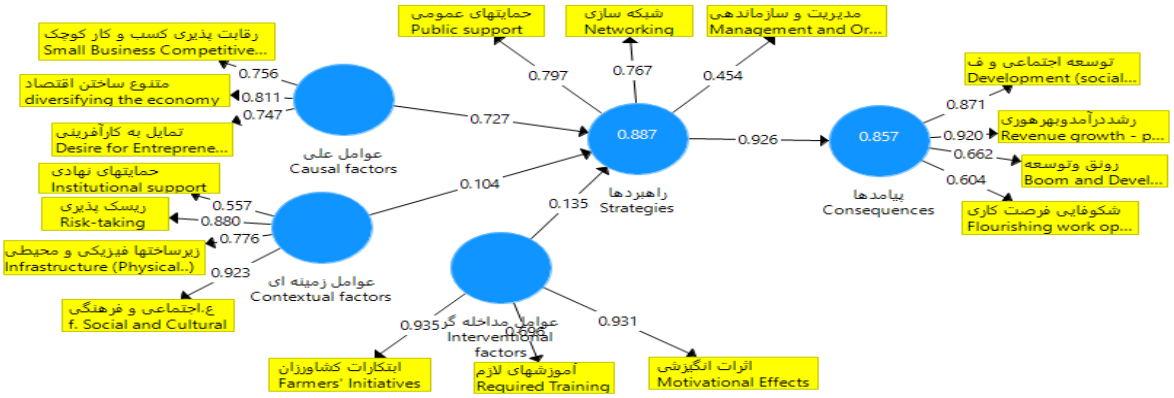
جدول ۸- نتایج آزمون کولموگروف – اسمیرنوف بررسی نرمال‌بودن متغیرها (یافته‌های محقق)
Table 8. The results of the Kolmogorov-Smirnov test to check the normality of the variables (researcher's findings)

متغیرها Variables	تعداد Number	آماره Z کولموگروف – اسمیرنوف Kolmogorov-Smirnov Z statistic	سطح معنی‌داری meaningful level
شرایط علی Causal conditions	400	0.104	0.000
شرایط زمینه‌ای Background conditions	400	0.111	0.000
شرایط مداخله‌گر Intervening conditions	400	0.119	0.000
راهبردها Strategies	400	0.109	0.000
پیامدها consequences	400	0.084	0.000

چون توزیع متغیرها نرمال نبودند، برای تأیید مدل استخراجی و ارتباط بین متغیرها و آزمون فرضیه‌ها، جهت تعیین روایی همگرا و واگرای سازه از تحلیل عاملی تأییدی و پایایی ترکیبی (CR)، از روش معادلات ساختاری استفاده شد. ضرایب مسیر یا ضریب رگرسیون، ضریب تعیین (R^2) و بار عاملی متغیرهای مشاهده‌شده در شکل (۲) نشان داده شد. ضریب مسیر بیان‌کننده وجود رابطه علی خطی و شدت و جهت این رابطه بین دو متغیر مکنون است یعنی تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته در بازه ۱+ و ۱- است، چون تمامی ضرایب مسیر نزدیک به ۱+ می‌باشند نشانگر تأثیر مستقیم و قوی متغیر مستقل بر متغیر وابسته است. ضریب تعیین (R^2) بیانگر دقت پیش‌بینی است یا بیان واریانس متغیر وابسته به متغیرهای مستقل را نشان می‌دهد و هرچه قدر به ۱ یا ۱۰۰ درصد نزدیک باشد نشان می‌دهد دقت بالا است. در این مدل ۸۷/۵ درصد از تغییرات پیامدها به‌وسیله راهبردها بیان شد و ۸۸/۷ درصد از تغییرات راهبردها به‌وسیله متغیرهای علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر بیان شد، همچنین با توجه به جدول (۹) و شکل (۲) همان‌طوری مشاهده شد بار عاملی تمام متغیرها بزرگتر از ۰/۴۰ است، یعنی شاخص‌ها سهم بیشتری در تبیین سازه‌ها ایفا می‌کند.

1- The Kaiser–Meyer–Olkin

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]



شکل ۲- ضرایب مسیر، ضریب تعیین (R^2) و بار عاملی متغیرها (یافته‌های محقق)

Figure 2. Path coefficients, coefficient of determination (R2) and factor loading of variables (researcher's findings)

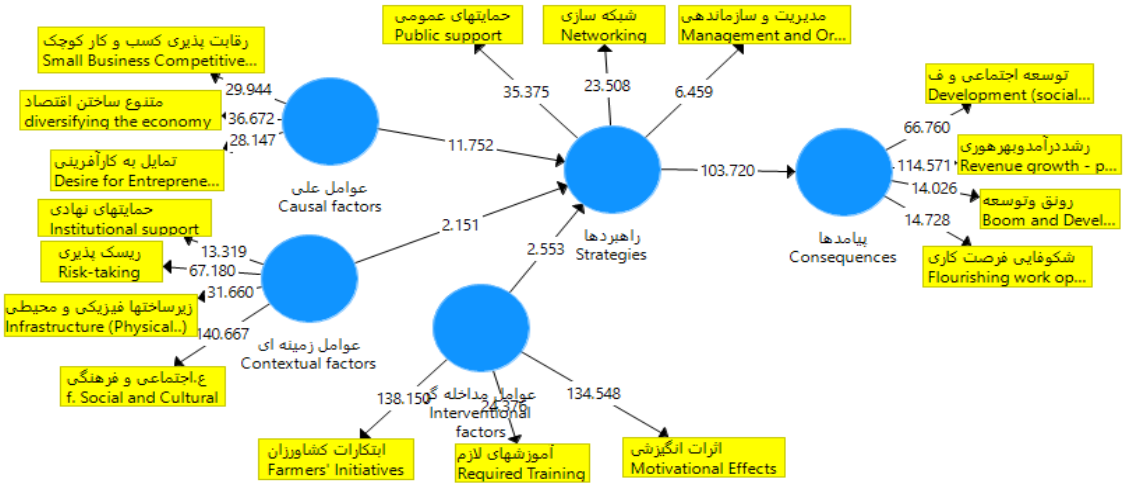
جدول ۹- بار عاملی گویه‌ها (یافته‌های محقق)

Table 9. factor load of the items (researcher's findings)

بار عاملی factor load	گویه‌ها objects	
0.811	متنوع‌ساختن اقتصاد روستایی و کشاورزی Diversifying the rural and agricultural economy	شرایط علی Causal conditions
0.747	تمایل به کارآفرینی گردشگری کشاورزی Willingness for agricultural tourism entrepreneurship	
0.756	رقابت‌پذیری کسب‌وکارهای مقیاس کوچک Competitiveness of small-scale businesses	
0.776	زیرساخت‌های فیزیکی و محیطی کسب و کار Physical and environmental infrastructure of tourism business	شرایط زمینه‌ای Background conditions
0.557	سیاست‌ها و حمایت‌های نهادی Policies and institutional support	
0.880	اعتماد به‌نفس و ریسک‌پذیری Confidence and risk-taking	
0.923	عوامل اجتماعی و فرهنگی -Social and cultural factors	
0.935	ابتکارات کشاورزان یا صاحبان مزارع Initiatives of farmers or farm owners	شرایط مداخله‌گر Intervening conditions
0.931	اثرات انگیزشی - Motivational effects	
0.696	آموزش‌های لازم Necessary trainings	
0.767	شبکه‌سازی و استفاده از روابط Networking and using relationships	راهبردها Strategies
0.454	مدیریت و سازماندهی Management and organization	
0.797	حمایت‌های عمومی General support	
0.604	شکوفایی فرصت کاری Prosperity of work opportunities	پیامدها consequences
0.920	رشد درآمد و بهره‌وری -Revenue growth – productivity	
0.662	رونق و توسعه کارآفرینی گردشگری Prosperity and development of tourism entrepreneurship	
0871	توسعه اجتماعی و فرهنگی Social and cultural development	

شکل (۳)، اعداد روی مسیر و نیز خطوط مربوط به بارهای عاملی، مقادیر آماره t را نشان می‌دهند. اگر اعداد روی مسیر و نیز خطوط مربوط به بارهای عاملی بزرگتر از ۱/۹۶± باشد بیانگر این است که ضرایب مسیر و بارهای عاملی در سطح ۰/۰۵ درصد معنی‌دار است. همان‌طوری که مشاهده شد تمامی اعداد بزرگتر از ۱/۹۶ بودند، بنابراین معنی‌دار است. جدول (۱۰)، مقدار ضرایب مسیر، آماره t و سطح معنی‌دار را نشان می‌دهد.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]



شکل ۳- مقادیر آماره t متغیرها (یافته‌های محقق)
Figure 3. T VALUE values of variables (researcher's findings)

جدول ۱۰- مقدار ضرایب مسیر، آماره t و سطح معنی‌دار(یافته‌های محقق)
Table 10. Value of path coefficients, t-statistics and significant level (researcher's findings)

مسیر Path	ضرایب مسیر Path coefficients	انحراف استاندارد The standard deviation	آماره t t statistic	سطح معنی‌دار Significant level
شرایط علی به راهبردها Causal conditions to strategies	0.0727	0.065	11.14	0.000
شرایط زمینه‌ای به راهبردها Background conditions to strategies	0.104	0.048	2.16	0.031
شرایط مداخله‌گر به راهبردها Intervening conditions to strategies	0.135	0.057	2.35	0.016
راهبردها به پیامدها Strategies to consequences	0.926	0.009	103.70	0.000

پایایی سازه را می‌توان بر اساس پایایی مرکب (CR) و میزان واریانس استخراج‌شده (AVE) محاسبه کرد. پایایی ترکیبی باید بیشتر از ۰/۷ باشد و میزان واریانس استخراج شده باید بیشتر از ۰/۵ باشد. همان‌طوری که در جدول (۱۱) مشاهده می‌شود پایایی ترکیبی بیشتر از ۰/۷ است و میزان واریانس استخراج‌شده نیز بیشتر از ۰/۵ است. بنابراین، از پایایی خوبی برخوردار است.

برای بررسی آن، از معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده می‌شود، شاخص AVE مقدار بین صفر و یک را به دست می‌دهد و باید بزرگتر از ۰/۵ باشد. هرچه به عدد یک نزدیک‌تر باشد مقدار روایی همگرا بیشتر است و اعتبار ابزار اندازه‌گیری را تأیید می‌کند. همان‌طوری که در جدول (۱۱) مشاهده می‌شود میزان واریانس استخراج‌شده نیز بیشتر از ۰/۵ است. بنابراین، از اعتبار خوبی برخوردار است.

جدول ۱۱- پایایی ترکیبی و واریانس استخراج‌شد متغیرهای تحقیق
Table 11. Composite reliability and extracted variance of research variables

متغیرهای تحقیق Variables	پایایی ترکیبی composite reliability (CR)	میانگین واریانس استخراج‌شده Average Variance Extracted (AVE)
شرایط علی Causal conditions	0815	0.595
شرایط زمینه‌ای Background conditions	0.871	0.35
شرایط مداخله‌گر Intervening conditions	0.894	0.742
راهبردها Strategies	0.722	0.576
پیامدها consequences	0.855	0.602

وقتی که محقق برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل کلی را بررسی نمود، پس از می‌تواند برازش بخش کلی را نیز بررسی و کنترل نماید و برای بررسی برازش‌کلی مدل از شاخص نیکویی برازش (GOF)[1] می‌توان استفاده کرد، بنابراین شاخص GOF مربوط به برازش بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است و به‌صورت رابطه (۳) محاسبه می‌شود:

$$GOF = \sqrt{\overline{R^2} \times \overline{Communality}} \qquad (۳)$$

$\overline{R^2}$ میانگین ضریب تعیین چندگانه مدل است که در این تحقیق ضرایب تعیین چندگانه برابر با ۰/۸۸۷ و ۰/۸۵۷ می‌باشد یعنی متغیرهای مستقل علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر توانسته‌اند ۸۸/۷ درصد از تغییرات متغیر میانجی راهبردها را تبیین کنند و متغیر راهبردها نیز توانسته ۸۵/۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته پیامدها را تبیین کنند که میانگین این ضریب برابر با ۰/۸۷۲ است. مقادیر اشتراکی این مقدار از میانگین مجذور بارهای عاملی هر متغیر به‌دست می‌آید. بنابراین در این تحقیق مقدار این شاخص برابر است با:

$$GOF = \sqrt{0.872 \times 0.769} = 0.818$$

این شاخص اگر بین ۰/۱ تا ۰/۲۵ باشد ضعیف، اگر بین ۰/۲۵ تا ۰/۳۶ باشد متوسط و اگر از ۰/۳۶ بیشتر باشد، قوی است،

1- Goodness of Fit Test

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]

چون مقدار این شاخص در این تحقیق برابر است با ۰/۸۱۸ است پس قوی و بیانگر مناسب‌تر بودن مدل است. بنابراین، نتایج واریانس استخراج‌شده، پایایی ترکیبی، ضریب تعیین و شاخص نیکویی برازش نشان داد که مدل ترسیمی تحلیل مسیر از فرضیات تجربی- نظری مناسبی برخوردار و از برازش بسیار مناسبی برخوردار است.

براساس نتایج به‌دست‌آمده در این تحقیق، با توجه به ضرایب مسیر، فرضیه‌های شرایط علی بر راهبردها با ضریب مسیر ۰/۷۲۷، شرایط زمینه‌ای بر راهبردها با ضریب مسیر ۰/۱۰۴ و شرایط مداخله‌گر بر راهبردها با ضریب مسیر ۰/۱۳۴ و راهبردها به پیامدها با ضریب مسیر ۰/۹۲۶، در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار و بر راهبردهای استقرار مدل کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی تأثیر معنی‌داری دارند و نیز با توجه به اطلاعات جدول (۱۲)، مقدار آماره t تمامی متغیرها بزرگتر از ۱/۹۶ و سطح معنی‌دار تمامی متغیرها کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد. بنابراین، راهبردهای استقرار مدل کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی مورد تأیید است. نتایج واریانس استخراج‌شده، پایایی ترکیبی، ضریب تعیین و شاخص نیکویی برازش نشان داد که مدل ترسیمی تحلیل مسیر از فرضیات تجربی- نظری مناسبی برخوردار و از برازش بسیار مناسبی برخوردار است. بنابراین راهبردهای استقرار مدل کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی مورد تأیید است و مدل تدوین‌شده را تأیید می‌کند که نتایج تأیید فرضیات تحقیق در جدول (۱۲) آمده است.

جدول ۱۲- اثرات مستقیم، آماره t و نتیجه فرضیات تحقیق

Table 12. Direct effects, t-statistics and the results of research hypotheses

فرضیه‌های تحقیق Research hypotheses	ضریب مسیر استانداردشده Standardized path coefficient	آماره t t statistic	سطح معنی داری The significance level	قبول یا رد فرضیه Accepted or rejected
تمایل به کارآفرینی ← مدل کارآفرینی راهبردی Willingness to entrepreneurship → strategic entrepreneurship model	0.552	18.94	0.000	قبول Accepted
رقابت‌پذیری کسب‌وکارهای کوچک ← مدل کارآفرینی‌راهبردی Competitiveness of small businesses → strategic entrepreneurship model	0.435	11.86	0.000	قبول Accepted
متنوع‌ساختن اقتصاد روستایی ← مدل کارآفرینی‌راهبردی Diversifying the rural economy → strategic entrepreneurship mode	0.228	7.62	0.000	قبول Accepted
زیرساخت‌های محیطی و فیزیکی ← مدل کارآفرینی راهبردی Environmental and physical infrastructures → strategic entrepreneurship model	0.081	2.83	0.000	قبول Accepted
عوامل اجتماعی و فرهنگی ← مدل کارآفرینی راهبردی Social and cultural factors → strategic entrepreneurship model	0.721	15.15	0.000	قبول Accepted
سیاست‌ها و حمایتهای نهادی ← مدل کارآفرینی راهبردی Policies and institutional support → strategic entrepreneurship model	0.447	15.71	0.000	قبول Accepted
آموزش‌های لازم ← مدل کارآفرینی راهبردی Necessary training → strategic entrepreneurship model	0.423	13.351	0.000	قبول Accepted
اثرات انگیزشی ← مدل کارآفرینی راهبردی The motivational effects → strategic entrepreneurship model	0.678	8.947	0.000	قبول Accepted

براساس یافته‌های حاصل از این تحقیق مدل نهایی کارآفرینی‌راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی براساس نظریه داده بنیاد به‌صورت زیر تشریح می‌گردد.

شرایط علی: سه مقوله مرتبط با شرایط علی که شامل متنوع ساختن اقتصاد روستایی و کشاورزی، تمایل به کارآفرینی گردشگری کشاورزی و رقابت‌پذیری کسب‌وکارهای مقیاس کوچک در مدل پیشنهادی شناسایی شدند. نتایج این بخش با یافته‌های تحقیق شیرمحمدی و معاونی (Shirmohammadi and Mavouni, 2021)، بذرافشان و سامانی (Bazrafshan and Samani, 2019)، باهات و همکاران (Bahatta *et al.*, 2008)، کیسی (Kisi, 2019)، جوردانا و همکاران (Jurdana *et al.*, 2015)، پارکار (Parkar, 2015)، کیانی‌ابری (Kiani Abari, 2011)، باگی و ریدر (Bagi and Reeder, 2012)، بوندوک (Bondoc, 2009) همسو است.

شرایط زمینه‌ای: در این پژوهش چهار مقوله زیرساخت‌های فیزیکی و محیطی کسب‌وکار گردشگری، سیاست‌ها و حمایت‌های نهادی، اعتماد به نفس و ریسک‌پذیری و عوامل اجتماعی و فرهنگی به‌عنوان شرایط زمینه‌ای در مدل پیشنهادی شناسایی شدند، نتایج این بخش با یافته‌های تحقیق شاردری و همکاران (Shardari *et al.*, 2019)، پاشایی و همکاران (Pashaei *et al.*, 2019)، سلیمان‌نژاد و همکاران (Soleimannejad *et al.*, 2022)، بذرافشان و سامانی (Bazrafshan and Samani, 2019)، حیدری و همکاران (Heidari *et al.*, 2016)، محمودی و همکاران (Mahmoodi *et al.*, 2014)،کیالوک و همکاران (Ciolac *et al.*, 2019)، کیسی (Kisi, 2019)، توسی و همکاران (Toosi *et al.*, 2015)، ناسرس (Nasers, 2009)، همخوانی دارد.

شرایط مداخله‌گر: عواملی که به‌طور غیرمستقیم اثرگذار بر راهبردها است، که سه مقوله ابتکارات کشاورزان یا صاحبان مزارع، اثرات انگیزشی و آموزش‌های لازم به‌عنوان عوامل مداخله‌گر در مدل پیشنهادی شناسایی شدند، که نتایج این بخش با یافته‌های تحقیق فتوحی و همکاران (Fotouhi *et al.*, 2020)، جوردانا و همکاران (Jurdana *et al.*, 2015)، کیسی (Kisi, 2019)، فیلیپ و همکاران (Phillip *et al.*, 2010)، محمودی و همکاران (Mahmoodi *et al.*, 2014) همراستا است.

راهبردها: اقدامات انجام‌یافته در ارتباط با پدیده محوری که سه نوع راهبرد: ۱- شبکه‌سازی و استفاده از روابط، ۲- مدیریت و سازماندهی ۳- حمایت‌های عمومی برای مدل پیشنهادی شناسایی شدند، که نتایج این بخش با یافته‌های تحقیق محمودی و همکاران (Mahmoodi *et al.*, 2014)، سلیمان‌نژاد و همکاران (Soleimannejad *et al.*, 2022)، پارکار (Parkar, 2015)، فتوحی و همکاران (Fotouhi *et al.*, 2020)، دوستار و همکاران (Doostar *et al.*, 2014)، ترک‌چورن (Tork Choren, 2014)، مهدسید و همکاران

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]

(Mohd Said *et al.*, 2012)، اریا و همکاران (Arroyo *et al.*, 2013)، مطابقت دارد.

پیامدها: نتایج حاصل از اجرای راهبردها می‌باشند، در صورت اجرای درست راهبردهای پیشنهادی مدل تحقیق، نتایج آن منجر به چهار پیامد می‌گردد که عبارتند از: شکوفایی فرصت‌کاری، رشد درآمد و بهره‌وری، رونق و توسعه کارآفرینی گردشگری و توسعه اجتماعی و فرهنگی.

براساس یافته‌های حاصله از فرضیات تحقیق، متنوع‌ساختن اقتصاد روستایی و کشاورزی، تمایل به کارآفرینی گردشگری کشاورزی و رقابت‌پذیری کسب‌وکارهای مقیاس کوچک، سیاست‌ها و حمایت‌های نهادی، عوامل اجتماعی و فرهنگی، اثرات انگیزشی و آموزش‌های لازم بر مدل کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی دارای تأثیر مثبت و معنی‌داری بودند و زیرساخت‌های فیزیکی و محیطی کسب‌وکار گردشگری بر مدل کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی دارای تأثیر منفی و معنی‌داری بوند که در این بین عوامل اجتماعی و فرهنگی بیشترین تأثیر را بر مدل کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی داشت.

با توجه به یافته‌های حاصله، در این تحقیق ضرایب تعیین چندگانه برابر با ۰/۸۸۷ و ۰/۸۵۸ می‌باشد یعنی متغیرهای مستقل علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر توانسته‌اند ۸۸/۷ درصد از تغییرات متغیر میانجی راهبردها را تبیین کنند و متغیر راهبردها نیز توانسته ۸۵/۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته پیامدها را تبیین کنند که میانگین این ضریب برابر با ۰/۸۷۲ است. همچنین، براساس یافته‌های حاصله از تحقیق، مقدار شاخص نیکویی برازش (GOF) در این تحقیق برابر است با ۰/۸۱۸ است، بنابراین مدل ترسیمی تحلیل مسیر از فرضیات تجربی- نظری مناسبی برخوردار و از برازش بسیار مناسبی برخوردار است. بنابراین، گردشگری کشاورزی با رویکرد کارآفرینی راهبردی منجر به دستاورد یا پیامدهای مانند شکوفایی فرصت کاری، رشد درآمد و بهره‌وری، رونق و توسعه کارآفرینی گردشگری و توسعه اجتماعی و فرهنگی گردید که توسعه آن برای توسعه پایدار کشور و به‌دنبال آن توسعه اقتصادی کشور امری مهم و اجتناب‌ناپذیر است. در همین راستا، شرایط علی برای آن، متنوع‌ساختن اقتصاد روستایی و کشاورزی، تمایل به کارآفرینی گردشگری کشاورزی و رقابت‌پذیری کسب‌وکارهای مقیاس کوچک بوده و شرایط زمینه‌ای برای آن، ایجاد زیرساخت‌های فیزیکی و محیطی کسب‌وکار گردشگری، سیاست‌ها و حمایت‌های نهادی، اعتماد به نفس و ریسک‌پذیری و عوامل اجتماعی و فرهنگی می‌باشد، که درصورت اجرای درست راهبردهایی مانند شبکه‌سازی و استفاده از روابط، مدیریت و سازماندهی و حمایت‌های عمومی با در نظر گرفتن عوامل مداخله‌گر مانند ابتکارات کشاورزان، اثرات انگیزشی و آموزش‌های دستیابی به پیامدهای آن امکان‌پذیر است، ضمن اینکه عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثرترین عامل، اثرات انگیزشی مداخله‌ترین عامل و حمایت‌های عمومی با اهمیت-ترین راهبرد در مدل کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی می‌باشد. براین اساس مناطق مورد مطالعه، برای توسعه گردشگری کشاورزی، مدل پیشنهادی تحقیق رویکرد کارآفرینانه را مورد توجه قرار دهند، تا از این طریق زمینه‌های مؤثر توسعه روستایی و توسعه کشاورزی ایجاد و از بیکاری، مهاجرت و عدم رضـایت از درآمد کشاورزی کاسته شود.

براساس یافته‌های حاصله تحقیق پیشنهاد می‌گردد نهادها و مسئولین مرتبط با این امر سیاست‌ها و حمایت‌های خود را با ایجاد زمینه برای بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری و نیز اصلاح قوانین مالیاتی و اعطای وام‌های بلندمدت با سود اندک مرتبط با کارآفرینان به‌کار گیرند. پیشنهاد می‌گردد نهادهای مربوطه با ایجاد زیرساخت‌های فیزیکی و محیطی کسب‌وکار گردشگری زمینه را برای کارآفرینان گردشگری کشاورزی فراهم کنند. همچنین ایجاد شبکه اطلاع‌رسانی، برگزاری نمایشگاه‌های کشاورزی، تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی درباره گردشگری کشاورزی، تربیت نیروی متخص و آموزش‌دیده، اهمیت‌بخشیدن به نظام هماهنگی میان نهادهای تصمیم‌گیرنده، تأسیس صندوق‌های حمایت از کارآفرینان دربخش کشاورزی، مشاوره به گردشگران کشاورزی و مهارتهای مدیریتی افراد از دیگر راهکارهای پیشنهادی می‌باشد.

References

Akbari, S. K. (2014). Investigation of Parameters and Strategies for Rural Tourism Development in Gourtan Village. (MSc in Tourism Management). Isfahan University of Art (In Persian).

Abbaspour, a. (2019). Identification of Employability Capabilities Graduates of Universities based on Grounded Theory. *Journal of Innovation and Value Creation*, 7(4), 33-48 (In Persian).

Abbaszadeh, M. (2011). A reflection on validity and reliability in qualitative research. *Applied Sociology*, *23*(1), 19-34 (In Persian).

Abbaszadeh, M. (2012). Validity and reliability in qualitative researches. *Journal of Applied Sociology*, *23*(1), 19-34. (In Persian).

Ahmadizadeh, H. (2022). Investigating and analyzing the management of agricultural tourism in the world and Iran. *Environmental Sciences and Geography Knowledge* 12(5), 1-17 (In Persian).

Amiri, S., Ehsanifar, T. (2016). Presenting a conceptual model to study the impact of agricultural tourism on entrepreneurial development. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 3(1) (In Persian).

Amirnejad, H., S, A, Hosseini Yekani., S, M, Mojaverian. F, Kashiri Kalaei., M, Taslimi. (2021). Providing Production and Employment Development Strategies in the Livestock Sub-Sector of Mazandaran Province. *Entrepreneurship Strategies in Agriculture*, 8(16), 24-36 (In Persian).

Arifyanto, A. F. S., U. (2021). Strategic Entrepreneurship: Integrating Entrepreneurial and Strategic Management Perspectives, a Case Study at Pesantren Tebuireng Jombang. East Java" in International Research Conference on Economics and Business, KnE Social Sciences, pages 256–264. DOI 10.18502/kss.v5i8.9364.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]

Arroyo, C. G., Barbieri, C., and Rich, S. R. (2013). Defining agritourism: A comparative study of stakeholders' perceptions in Missouri and North Carolina. *Tourism Management, 37*, 39-47.

Audretsch, D. B. a. M., Keilbach. (2004). Entrepreneurship capital and economic performance. *Regional Studies*, 38(8), 949–959.

Baghaee, T. (2021). Developing a Model of Rural Women Entrepreneurial Activities Based on Educational Experts' Perspectives. *Journal of Entreneurship and Agriculture*, 8(15), 100-110 (In Persian).

Bagi, F. S., and Reeder, R. J. (2012). Factors affecting farmer participation in agritourism. *Agricultural and Resource Economics Review*, 41(2), 189-199.

Bahatta, K., Itagaki, M., & Ohe, Y. (2019). Determinant Facyors of Farmer's Willingness to Start Agritourism in Rural Nepal. *Journal of Agricultural Extension and Rural Development*, 4(1), 146- 167.

Bazrafshan, M. S., S. (2019). Factors Influencing the Development of Agritourism (Case study: Jahrom City). *Tourism Management Studies*, 14(47), 193-220 (In Persian).

Bondoc, I. (2009). Finding Fun in Food Farming Characteristics of US Agritourism Industry. A Masters thesis, University of Florida.

Cai, S., Q., Ma, S., Dong, Y., and Xu, Q. (2018). The relationship between credit constraints and household entrepreneurship in China. *Int. Rev. Econ. Fin*, 58, 246–258.

Center, I. S. (2015). General census of population and housing in 2015. Retrieved from https://www.amar.org.ir

Center, I. S. (2020). Statical Yearbook West Azarbayjan Directorate of Ministry of Cooperatives, Labour, and Social Welfare. Retrieved from https://www.amar.org.ir

Choren, T. T. (2014). The Impact of Agricultural Tourism on Local Economy and Entrepreneurship (Study Area: Katra Village of Tonekabon County). Master of Science Degree in Tourism Management, Isfahan University of Art. (In Persian),

Ciolac, R. A., T. Iancu, T. Popescu, G. Lile, R. Rujescu, C. and Marin, D. (2019). Agritourism-A Sustainable Development Factor for Improving the 'Health' of Rural Settlements. Case Study Apuseni Mountains Area. *Journal of Sustainability*, 11, 1-24.

Danai Fard, H. (2011). Theorizing using inductive approach: Conceptualization strategy of grounded theory. *Daneshvar Behavat*, 12, 57-70 (In Persian).

Davis, J. L., Greg Bell, R., Tyge Payne, G. and Kreiser, P. M. (2010). Entrepreneurial orientation and firm performance: the moderating role of managerial power. *American Journal of Business*, 25(2), 41-54.

Doh, K., Park, S, and Dae, Y. (2017). Antecedents and Consequence of managerial behavior in Agritourist. *Tourism Management, 61*, 511-522.

Doostar, M., Babaei Hemmati. R., and Amin. S. (2014). The Role of Tea Tourism in Achieving Sustainable Rural Development in Guilan and Mazandaran Provinces. First National Conference on Rural Development in 1404 Vsion, Isfahan (In Persian).

Dunphy, S. (2017). The relationship of entrepreneurial and innovative success. *Marketing Intelligence and Planning*, 12, 1-14.

Ebrahimpour, H., Habibian, S., Choobseti, M. J., and Dehghani, A. R. (2012). Comprehensive Pattern of Strategic Entrepreneurship in Emerging Businesses. Paper presented at the National Conference on Entrepreneurship and Management of Knowledge-based Businesses, Iran Babolsar (In Persian).

Fan, J., and Su, J. (2021). Influence of social network strength on entrepreneurial opportunity recognition: A chain mediation model of need knowledge and technological knowledge. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, Hindawi. 20(1) ,1-10.

Fotouhi, M., Hosseininia, G., and Sajadi, S. M. (2020). Designing and explaining rural entrepreneurship model by presenting a new strategy based on agricultural tourism. Case-Based Approach (Prominent Villages of Yazd Province). *Journal of New Attitudes in Human Geography*, 13(1) (In Persian).

Gholami, A., and Mohammadzadeh, F. (2016). Assessing the desirability and role of rural entrepreneurship ecosystem in West Azerbaijan province. *Geography and Environmental Sustainability*, 7(2), 83-101 (In Persian).

Guba, E. G., and Lincoln, Y. S. (1982). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. Ectj, 30(4), 233-252. https://doi.org/10.1007/BF02765185.

Gürol, Y., and Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education Training*, 48(1), 25-38.

Hashemi, S., and Habibi, M. (2016). Zonation of Ecotourism potentials, Case Study: Sadeqabad, Bafgh. *Journal of Tourism and Development*, 5(2), 65-85 (In Persian).

Hatley, L. (2009). The nature of agritourism in the Buffalo City Municipality. Western Cape: Cape Peninsula University of Technology. Dissertation submitted in fulfilment of the equirements for the MTech Degree: Tourism and Hospitality Management in the Faculty of Business.

Heidari, Z., Rezvani, M. R., and Badri, S. A. (2016). Analysis of factors affecting local community participation in planning development of agricultural tourism. Case study: Rural areas of central part of Tonekabon County. *Journal of Space Spatial Planning, Journal of Golestan University*, 6(21) (In Persian).

Hou, F., Su, Y., Qi, M., Chen, J., and Tang, J. (2022). A multilevel model of entrepreneurship education and entrepreneurial intention: Opportunity recognition as a mediator and entrepreneurial learning as a moderator. *Frontiers in Psychology*, 13, 837388.

Ireland, R. D., Hitt, M. A., and Sirmon, D. G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of Management*, 29(6), 963-989.

Ireland, R. D., & Webb, J. W. (2007). Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage through streams of innovation. *Business horizons*, 50(1), 49-59.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]

Jenkins, R.-G. (2014). Agriculture and Tourism Development: The Case of St. Kitts.,UWSpace. http://hdl.handle.net/10012/8505.

Jurdana, D. S., Milohnic, I., and Dadic, L. (2015). Entrepreneurship in tourism as a factor of rural development. *journal of wei business and economics*, *4*(2), 1.

Kafcheh, P., Ahmadizad, A., and Saedpanah, A. (2015). The model of improving organizational performance with strategic entrepreneurship. *Strategic Management Studies*, 7(26), 147-167 (In Persian).

Kantur, D. (2016). Strategic entrepreneurship: mediating the entrepreneurial orientation-performance link. *Management Decision*, 54(1), 24-43.

Karimi, S. (2017). Organic Agriculture, Opportunity for Agricultural Entrepreneurship. Paper presented at the the First National Conference on Agriculture and Entrepreneurship, Tehran Iran.

Kişi, N. (2019). A strategic approach to sustainable tourism development using the A'WOT hybrid method: A case study of Zonguldak, Turkey. *Sustainability*, 11(4), 964.

Kyrgidou, L. P., and Hughes, M. (2010). Strategic entrepreneurship: origins, core elements and research directions. *European Business Review*, 22(1), 43-63.

Langrudi, S. H. M., and Nosrati, M. (2012). Feasibility Study of Tourism Development in Rural Areas from the Perspective of Tourists (Karganrood District of Talesh County). *Geography and Environmental Planning*, 22(1), 69-84 (In Persian).

Lans, T., Blok, V., & Wesselink, R. (2014). Learning apart and together: towards an integrated competence framework for sustainable entrepreneurship in higher education. *Journal of Cleaner Production*, 62, 37-47.

Leibenstein, H. (1968). Entrepreneurship and development. *The American Economic Review*, 58(2), 72-83.

Lupi, C., Giaccio, V., Mastronardi, L., Giannelli, A., and Scardera, A. (2017). Exploring the features of agritourism and its contribution to rural development in Italy. *Land use policy*, 64, 383-390.

Mahaliyanaarachchi, R. (2017). Agri tourism segment of rural tourism. Department of Agribusiness Management, Faculty of Agricultural Sciences, Sabaragamuwa University of Sri Lanka Belihuloya.

Mahmoodi Chenari, H., Motiee Langrodi, S. H., Faraji Sabokbar, H. A., Ghadiri Masoum, M., and Yasoori, M. (2020). Assessing the capacity of Masal rural environment for the development of agritourism. *Journal of Rural Research*, 10(4), 596-613 (In Persian).

Mahmoodi, M., Chizari, M., Kalantari, K., and Eftekhari, A. R. (2014). The quantitative strategic planning matrix (QSPM) applied to agri-tourism: A case study in coastal provinces of Iran. *International Journal of Business Tourism and Applied Sciences*, 2(2), 74-82 (In Persian).

Masoomi, E., and Rezaei-Moghaddam, K. (2021). Factors Affecting Entrepreneurial Opportunity Exploitation in Iran Agriculture Sector. *Journal of Entreneurship and Agriculture*, 8(16), 13-23. (In Persian).

Mohd Said, H., Chui Yee, C., and Mei Fung, O. (2012). A swot analysis on agrotourism destination: A case on rural development in a small town Sekinchan, Selangor, Malaysia. *International Journal of Business Management Studies*, 1(2), 29-43.

Momeni, M., and Qayyumi, A. f. (2017). *statistical data analysis using spss*. Tehran Iran: Ketabe no Publishing (In Persian).

Moradi, M., and Ahmadvand, M. (2021). 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 (In Persian).

Morici, B. C., and Zander, I. (2020). Developments in strategic entrepreneurship. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 16(6), 444-513.

Nasers, M. S. (2009). Iowa agritourism consumer profile: demographics, preferences, and participation levels: Iowa State University.

OECD, Organization for Economic Cooperation and Development. (2020). Boosting social entrepreneurship and social enterprise development in Estonia. Retrieved from. https://www.oecd-ilibrary.org/ content/paper/ 8eab0aff-en

Omidi Najaf Abadi, M. (2022). Study of Agricultural Entrepreneurship Competencies on Food Security of Rural Households in Mahidasht district of Kermanshah province. *Journal of Entreneurship and Agriculture*, 9(17), 15-25.

Parkar, P. (2015). Developing agritourism in Ratnagiri district of Konkan (Maharashtra): issues and challenges. *Online International Interdisciplinary Research Journal*, 5(2), 145-152.

Parsipour, H., Hosseinzadeh, A., & Moghadam, H. A. (2022). Ranking and analysis of the level of development of Iran's provinces. *Geographical Engineering of Territory*, 6(4), 751-766 (In Persian).

Parvar, F., and khorshid, S. (2022). A review of agricultural tourism literature in Iran and the world. *Interdisciplinary Studies in Management and Engineering*, 820-833 (In Persian).

Pashaei, S., Askarian, F., & Afzoon, A. R. (2019). The role of mediation of institutional factors on the impact of social, economic, environmental factors on the development of sport tourism in Maku Free Zone. *Tourism Management Quarterly*, 14(54), 4-86 (In Persian).

Petrović, M., Gelbman, A., Demirović Bajrami, D., Gagić, S., and Vukovic, D. (2017). The examination of the residents' activities and dedication to the local community - an agritourism access to the subject. *Journal of the Geographical Institute Jovan Cvijic*, 67, 37-52.

Phillip, S., Hunter, C., and Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management, 31*(6), 754-758.

Qaragoslou, B., & Islamis, S. (2017). place in agricultural tourism; case study, Tuscany. Paper presented at the 5th.International Congress on Civil Engineering , Architecture and Urban Development, Tehran , Iran (In Persian).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]

Rahmani, M., Akbarismail, I. A., and Safaralizadeh, I. (2016). Investigating the status of factors affecting the empowerment of tourism development (case study: West Azarbaijan province). *Geography and Planning*, 21(59), 153-174 (In Persian).

Raimundo, R. J. G., Travassos Rosário, A. M. F., and Rocha, A. L. M. (2022). Knowledge Management in Marketing. In T. Guarda, S. Anwar, M. Leon, & F. J. Mota Pinto (Eds.), Information and Knowledge in Internet of Things (pp. 59-78). Cham: Springer International Publishing.

Rilla, E., Hardesty, S., Getz, C., and George, H. (2011). California agritourism operations and their economic potential are growing. *California Agriculture*, 65(2), 57-65.

Semnani, M. K., and Fathi, M. (2011). Investigating tourism development strategies in West Azarbaijan province. *Financial Economics and Development*, 6(18), 95-112 (In Persian).

Shardari, E., Roshan, S. A., and Sohrabi, F. (2019). Analysis of Factors Affecting the Development of Rural Tourism Entrepreneurship in Chabahar Township. *Journal of Space Economics and Rural Development (Tourism Special)*, 8(3). (In Persian).

Sharifian, F. (2008). Typology and process of design and implementation of mixed research. *Humanities Methodology*, 14(57), 75-103 (In Persian).

Shirmohammadi, Y., and Abyaran, P. (2019). The influence of spiritual experience on the brand of religious place. *International journal of Tourism, Culture & Spirituality*, 4(1), 33-55 (In Persian).

shirmohammadi, Y., and Abyaran, P. (2020). Brand Image of Mystical Spiritual Tours and Tourists' Satisfaction and Quality of Life. *International journal of Tourism, Culture & Spirituality*, 4(2), 165-195. (In Persian).

Shirmohammadi, Y., and Atri, N. (2021). The effect of traction factors and marketing drive factors on attracting older cultural tourists (Case study of European tourists). *Tourism of Culture*, 2(5), 49-60 (In Persian).

shirmohammadi, y., and Bostan Manesh, A. (2021). Factor recognition analysis on the performance of employees of service companies in the use of big data information technology. *Science and Technology Policy Letters*, 11(3), 24-43 (In Persian).

Shirmohammadi, Y., and Choobdar, I. (2023). The Effect of Active and Reactive Strategies on Entrepreneurship and Improving the Performance of Agricultural Tourism Businesses. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 10(19), 27-40 (In Persian).

shirmohammadi, y., and Mavouni, M. A. (2020). Designing Strategic Entrepreneurship Model in Tourism Industry. *Journal of Tourism and Development*, 9(3), 1-16 (In Persian).

Shirmohammadi, Y., and Mavouni, M. A. (2021). Designing a Rural Women Entrepreneurship Model in Agricultural Tourism Using a Mixed Approach. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, *7*(4), 85-102 (In Persian).

Solymannejad, R., Alibaygi, A., and Salehi, L. (2022). Barriers and Facilitators of Agri-Tourism Sustainable Development in West of Mazandaran Province. *Geography and Environmental Planning*, 33(2), 39-66 (In Persian).

Sternberg, R., and Wennekers, S. (2005). Determinants and Effects of New Business Creation Using Global Entrepreneurship Monitor Data. *Small Business Economics*, 24(3), 193-203.

Toosi, R., Jamshidi, A., and Taghdisi, A. (2015). Affecting Factors in Rural Entrepreneurship (Case Study: Rural Areas of Minodasht County). *Journal of Research and Rural Planning*, 3(4), 1-11 (In Persian).

Tsekouropoulos, G., Gkouna, O., Theocharis, D., and Gounas, A. (2022). Innovative sustainable tourism development and entrepreneurship through sports events. *Sustainability*, 14(8), 4379.

Varotsis, N. (2022). Digital Entrepreneurship and Creative Industries in Tourism: A Research Agenda. *Economies*, 10(7), 167. Retrieved from https://www.mdpi.com/2227-7099/10/7/167

Xie, Q., Liu, L., Malik, H., Chupradit, S., and Chupradit, P. W. (2021). The Influence of Entrepreneurial Characteristics on the Performance of Tourism Vlogger Entrepreneurs. *Frontiers in Psychology*, 12.

Yazdani, r., Khayrandish, M., Mohammadi Khyareh, M., & Amini, H. (2020). Study of Factors Affecting Rural Development, With A Focus on the Role of Agricultural Entrepreneurship (Case Study: North Khorasan Province). *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 7(13), 63-77. (In Persian).

Yeh, J. (2015). Agritourism Guidebook: Hawai 'i County: Entrepreneur's Toolbox2 ET-152 University of Hawai 'i at Manoa2.

zare, M., Mahdavi, A., mahmoudi, H., Aghamir, F., and Asadian Ardakani, F. (2021). Determining Indicators for Agritourism Development Potential Evaluation in Iran. *Journal Of Agroecology*, 13(4), 669-687 (In Persian). doi:10.22067/jag.v13i4.87833.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1402.10.20.8.9]
[DOI: 10.61186/jea.10.20.120]