



طراحی مدل کارآفرینی اجتماعی در صنعت گردشگری با تأکید بر کارآفرینی معلولان

اسماعیل قادری^۱، مهدی کروی^۲، سید مجتبی محمودزاده^۳، احمد منصوری^۴

DOI:10.22034/jtd.2023.388136.2749

چکیده

هدف پژوهش حاضر طراحی مدل کارآفرینی اجتماعی در صنعت گردشگری به منزله رویکردی نوآورانه برای فراهم کردن زمینه کارآفرینی معلولان است. روش پژوهش آمیخته از نوع اکتشافی و کاربردی است. در بخش کیفی، با استفاده از روش فراسنتز با کمک علم‌سنجی و نرم‌افزارهای VOSviewer و MAXQDA، پژوهش‌های پیشین در سطح بین‌المللی و از طریق پایگاه‌های داده طی سال‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۲۳ تحلیل شدند. در این بخش، مدل مفهومی با سه مقوله فردی، بین‌فردی و محیطی طی فرایند کدگذاری تبیین شد. در بخش کمی، با استفاده از روش نگاشت‌شناختی فازی ارتباط بین متغیرهای مدل مفهومی و میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آن‌ها بر یکدیگر تحلیل شد. یافته‌های پژوهش نشان داد، از میان متغیرهای شناسایی شده، عوامل محیطی و بین‌فردی با بیشترین تأثیرگذاری و عوامل فردی با بیشترین تأثیرپذیری در تعامل با دیگر متغیرها در فراهم کردن زمینه کارآفرینی اجتماعی معلولان در صنعت گردشگری بسیار اثرگذار هستند. همچنین، نتایج در حوزه نظری زوایای نوین و پیشنهادهای کاربردی را برای پژوهشگران و نهادهای سیاست‌گذار و تصمیم‌گیر ارائه می‌کند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۲۳

واژه‌های کلیدی:

کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینی معلولان، صنعت گردشگری

مقدمه

بررسی ادبیات پژوهشی نشان می‌دهد تعریف‌ها و دیدگاه‌های مختلفی درباره کارآفرینی معلولان وجود دارد و عواملی مانند عوامل اقتصادی، اجتماعی و نگرشی به منزله عوامل پیش‌برنده یا بازدارنده در این حوزه اثرگذار هستند. علی‌رغم دیدگاه‌های متفاوت در این حوزه، همه پژوهش‌های داخلی و خارجی بر اهمیت کارآفرینی در ارزش‌آفرینی برای جامعه به‌طور عام و شکل‌جدیدی از کسب‌وکار برای معلولان به‌طور خاص تأکید دارند (Ortiz Garcia & Olaz Capitan, 2021; Rostgar et al., 2018).

در بررسی و تحلیل پژوهش‌های داخلی و خارجی، آنچه بیشتر موجب تمایز دیدگاه به کارآفرینی اجتماعی گردشگری معلولان می‌شود، نبود اتفاق نظر

صاحب‌نظران در سیاست‌گذاری‌ها و رویکردهای اجرایی متمرکز بر مسئولیت اجتماعی با حفظ ارزش‌های اجتماعی مورد قبول هر جامعه است. برای مثال، در کشورهای توسعه‌یافته عمدتاً سیاست‌ها و رویکردها مبتنی بر توانمندسازی و کمک به رفع چالش‌ها از طریق فعالیت‌های خلاقانه و خلق راه‌حل‌های نوآورانه است (Norstedt & Germundsson, 2023; Aviles Hernandez & Perez Perez, 2019; Mulyaningsih, 2021; Karpisheh, 2019).

توجه این کشورها به بُعد ایجاد ارزش از طریق نوآوری در سیاست و پایبندی بیشتر سازمان‌ها به مسئولیت اجتماعی شامل اشتغال و توزیع عادلانه درآمد و رفاه برای این افراد را به همراه داشته است (Babaei, 2019; Fishani & Abbasi, 2019; Grilo & Moreira, 2022).

۱. دانشیار، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۲. استاد، مدیر گروه رشته مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی تهران، ایران.

۳. استادیار، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۴. دانشجوی دکتری مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی تهران، ایران (نویسنده مسئول). mansoori.ahmad@atu.co.ir



کشورهای متعددی سیاست‌های تشویقی و حمایتی را برای دستیابی به این اهداف سرلوحه کار خود قرار داده و در حوزه عمل بستر کارآفرینی و زیرساخت‌های لازم را فراهم کرده‌اند (Terziev et al., 2020; Tisma et al., 2022).

در ایران، وجود موانع نگرشی، مدیریتی و محدودیت‌های محیطی و از همه مهم‌تر عدم توافق بین سیاست‌های چندگانه در حوزه تصمیم‌گیری و عمل با توجه به دیدگاه‌های ارزشی و نگاه خیرخواهانه به کارآفرینی اجتماعی موجب سردرگمی کارآفرینان و از دست رفتن فرصت‌ها شده است (Bagheri & Abbariki, 2017; Nourpour et al., 2020; Vakil Alroaia, 2019; Ebrahimi et al., 2018).

با توجه به دلایل بیان‌شده، ارائه مدلی از کارآفرینی اجتماعی، که بتواند شکاف بین حوزه سیاست‌گذاری و عمل را در حوزه نظری برطرف کند و همچنین به شناسایی ابعاد و متغیرهای مختلف تأثیرگذار و تأثیرپذیر با مرکزیت کارآفرینی اجتماعی پردازد، با تبیین ارتباط بین متغیرها، راهکاری اجرایی برای کاربردی کردن مدل ارائه دهد، ضروری به نظر می‌رسد (Millan Jimenez & García Escribano, 2019; Kalalian Moghadam et al., 2020).

پژوهش حاضر از دو بعد با تمرکز بر ارزش‌آفرینی اجتماعی و تعیین میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری ویژگی‌های فردی، بین‌فردی و محیطی در حوزه سیاست‌گذاری و اجرایی دولت‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد می‌تواند زمینه ارائه مدل را فراهم کند (Sarker, 2020; Klangboonkrong & Baines, 2022; Vafaei et al., 2020; Mirzamohammadi et al., 2019).

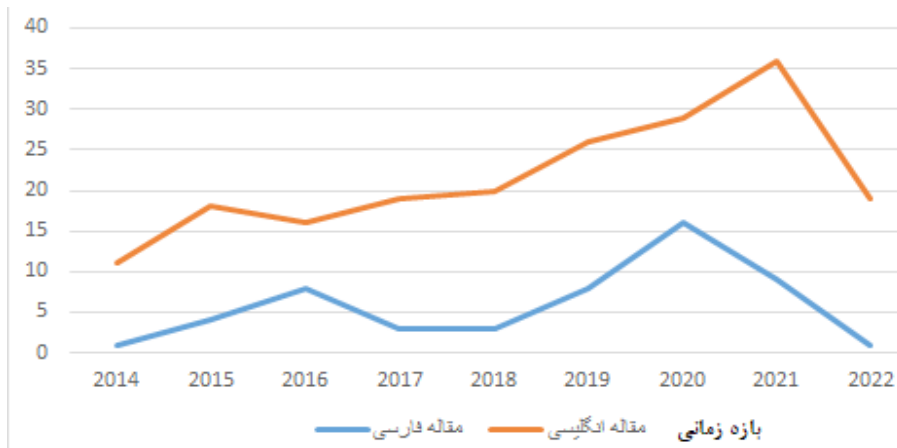
در بعد اول، این پژوهش با توجه به موضوع کارآفرینی اجتماعی معلولان در صنعت گردشگری بر ارزش‌آفرینی تمرکز کرده است، درحالی‌که در پژوهش‌های داخلی کمتر به این موضوع پرداخته شده است (Saebi et al., 2018; Karubi et al., 2021; Tajzadeh et al., 2013).

در بعد دوم، این پژوهش درصدد است مدلی کاربردی مبتنی بر پیوند نظریه و عمل با تأکید بر اشتغال معلولان و ایجاد کسب‌وکار در گردشگری ارائه دهد. همچنین، در حوزه نظری، زوایای نوین و پیشنهادی کاربردی را برای پژوهشگران و نهادهای سیاست‌گذار، تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر ارائه و اطلاعات مفیدی درباره چگونگی حمایت از این

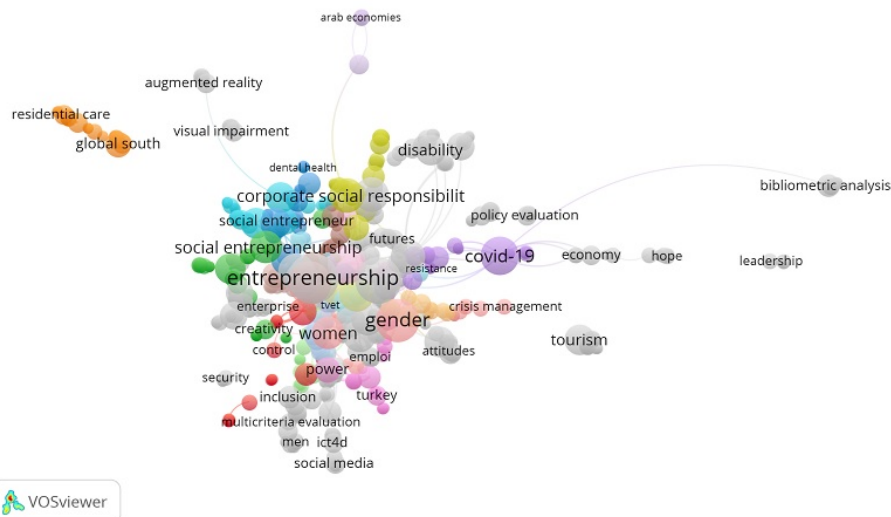
افراد برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای گردشگری فراهم کند (Happ & Bolla, 2022; Miller & Le Breton, 2017; Hsieh et al., 2019; Basouli et al., 2019).

مروری بر ادبیات موضوع

به‌منظور پاسخ به سؤال پژوهش و طراحی مدل مفهومی، ابتدا شناسایی مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی معلولان در دستور کار قرار گرفت. بدین‌منظور، در پژوهش حاضر، پیشینه حوزه کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینی معلولان و صنعت گردشگری با استفاده از تکنیک علم‌سنجی یا به عبارتی ترسیم ساختار علم بر مبنای متون علمی به‌منزله مکمل فراسنتز مرور شد. تحلیل‌های علم‌سنجی، تفسیرهای کمی از تحولات اجتماعی هستند که برای پیشرفت علم ضروری و آن را پشتیبانی می‌کنند (Day & Moday, 2017; Garcia et al., 2021; Hafiar et al., 2021; Barraza et al., 2021; Hamdipour & Saadatirad, 2017; Akbari et al., 2016; Fallah, 2019). برای این منظور، ابتدا واژه‌های کلیدی از طریق پایگاه‌های استنادی اسکوپوس، ساینس دایرکت، وایلی، جست‌وجو شد و تعداد ۲۵۰۰ مقاله شناسایی شد، طی سه مرحله غربالگری، تعداد ۲۳۲ مقاله خارجی و ۱۲۰ مقاله داخلی که در مجلات معتبر علمی به چاپ رسیده بود برای تحلیل انتخاب شد. بر اساس گزارش پایگاه اطلاعاتی وب‌آ‌ساینس و آ‌ج ایندکس، مقدار بهره‌وری و تأثیرگذاری علمی ۳۵۲ مقاله ۲۶ گزارش شده است که نشان‌دهنده اعتبار علمی تحقیقات انجام‌شده در حوزه توسعه کارآفرینی اجتماعی معلولان در صنعت گردشگری است. میانگین استناددهی به‌ازای هر مقاله در تحلیل پژوهش حاضر، بر اساس گزارش این پایگاه اطلاعاتی، ۲۲/۱۶ است. به این معنی که به‌صورت متوسط هرکدام از این مقالات بیش از ۲۲ مرتبه توسط سایر محققان مورد استناد یا به‌منزله رفرنس استفاده شده است. با توجه به اینکه ۲۵۰۰ مقاله به‌صورت عام و ۳۵۲ مقاله به‌صورت خاص به موضوع پژوهش استناد کرده‌اند، پژوهش حاضر اعتبار بالایی دارد. به‌منظور تحلیل مکمل مقالات انتخاب‌شده بر اساس سال چاپ مقالات فارسی و انگلیسی، تعداد فراوانی مقاله و خوشه‌بندی کلمات کلیدی در مقالات منتشرشده در بازه زمانی پژوهش در نمودار ۱ و شکل ۱ نشان داده شده است.



نمودار ۱: فراوانی تعداد مقالات چاپ شده بر اساس بازه زمانی



شکل ۱: خوشه‌بندی کاربرد کلمات کلیدی در مقالات منتشر شده در زمینه کارآفرینی اجتماعی معلولان در صنعت گردشگری

بین فردی و عوامل زمینه‌ای در تبیین آن تأثیر دارند و پیامدهای آن در سه حوزه فردی، بین فردی و محیطی نمود پیدا می‌کند. تحلیل مطالعات کارآفرینی معلولان حاکی از آن است که محدودیت‌ها در یک بعد به‌تنهایی مانعی برای استفاده از فرصت‌ها و کارآفرینی ایجاد نمی‌کند (Saebi et al., 2018; Csillag et al., 2019; Mota et al., 2020; Makizadeh & Azizzadeh, 2021).

رویکردها و نظریه‌های مختلفی در ترغیب افراد به کارآفرینی وجود دارد. یکی از این رویکردها مدل قصد کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر ویژگی‌های روان‌شناختی و الگوهای رفتاری است. قصد کارآفرینانه درحقیقت نوعی نگرش مبتنی بر رفتار است که بر اساس آن فرد می‌خواهد کارآفرینی اجتماعی شود. درحقیقت، باور

پژوهش‌ها نشان می‌دهند اگرچه در گذشته کارآفرینی معلولان با دیدگاه توان‌بخشی مورد توجه بوده، امروزه به‌دلیل ناکارآمدی سیاست‌ها در حوزه رفاه اجتماعی و عدم‌شناخت فرصت‌های محیطی به‌منزله رویکردی کارآفرینانه مورد توجه جامعه جهانی قرار گرفته و بر نقش نظری - عملی کارآفرینی در تسهیل ایجاد کسب‌وکار پافشاری می‌شود (Renko et al., 2016; Millan Jimenez & García Escribano, 2019; Karimi Hesari, 2020).

مطالعات کارآفرینی نشان می‌دهد کارآفرینی مقوله‌ای چندبعدی است که با انواع متنوعی از نظریه‌ها و مدل‌های متمرکز بر عوامل اقتصادی و اجتماعی حمایت می‌شود و عوامل بسیاری شامل عوامل فردی،



آگاهانه فردی است که می‌خواهد کسب‌وکاری جدید را با اهداف اجتماعی راه‌اندازی کند، پژوهش‌های بسیاری بر این نقش تأکید کرده‌اند (Bagheri et al., 2015; Hendijani Fard & Hejazi, 2018).

مبنای نظری پژوهش بیانگر این است که کارآفرینی اجتماعی شامل دو مفهوم کارآفرینی و اجتماعی است که بر اساس نظریه‌های مختلف در دو دسته محتوایی و فرایندی بررسی شده‌اند. دسته اول مدل‌های محتوایی هستند که با دیدگاه روان‌شناختی و بر اساس دیدگاه رفتاری به فعالیت‌های کارآفرینانه و محیط کارآفرینی تبیین شده‌اند. این مدل‌ها خود به دو دسته رویدادی و چندبعدی تقسیم می‌شوند. در مدل رویدادی، تمام فرایند کارآفرینی به وسیله فرد انجام می‌شود. مدل فرایندی پیچیده‌تر و عوامل متعددی را شامل می‌شود، با توجه به اینکه امروزه پژوهشگران جوهره کارآفرینی را شناسایی فرصت، نوآوری و ایجاد فعالیت‌های کارآفرینانه برای شکل‌گیری ارزش اجتماعی می‌دانند (Anvari et al., 2020). از این‌رو، می‌توان استنباط کرد که توافقی جمعی در خصوص مفهوم کارآفرینی اجتماعی به منزله فرایند برای رفع محدودیت‌ها وجود دارد (Mitra & Brg, 2018) که توسط کارآفرینان در جایگاه عاملان تغییرات اجتماعی در بستر محیط طبیعی قابل مفهوم‌سازی خواهد بود (Garcia et al., 2018; Basouli et al., 2019; Moradi et al., 2021). اگر کارآفرینی اجتماعی را فرایند نوآوری اجتماعی برای غلبه بر محدودیت‌ها (Grilo & Moreira, 2022) و کم‌توانی را محدودیت توانایی انجام فعالیت‌های اجتماعی تعریف کنیم، کارآفرین معلول فردی است که می‌تواند، از پیوند محدودیت و فرصت، توانایی‌های خود را افزایش دهد. بر این اساس، کارآفرینی اجتماعی معلولان فرایندی است که با انگیزه و قصد شروع می‌شود و به رفتار کارآفرینانه تبدیل می‌شود و پیامد آن راهکار مناسبی برای رفع چالش‌ها در دنیای کسب‌وکار به‌طور عام و در صنعت گردشگری به‌طور خاص ارائه می‌دهد. این فرایند از طریق فعالیت‌های گردشگری در ایجاد راه‌حل‌های نوآورانه به معلولان کمک می‌کند تا با رفتار کارآفرینانه به کارآفرینی اجتماعی در صنعت گردشگری پردازند (Der Foo et al., 2020; Basouli et al., 2019).

بر اساس مبانی نظری مطرح‌شده، سؤالات پژوهش به‌صورت زیر است.

۱- مؤلفه‌های مدل کارآفرینی اجتماعی معلولان در صنعت گردشگری کدام هستند؟

۲- ارتباط بین مؤلفه‌های مدل کارآفرینی اجتماعی چگونه است؟

با تکیه بر مدل سه‌شاخگی و روش پژوهش، پژوهش حاضر برای پاسخ‌گویی به سؤالات پژوهش از روش آمیخته استفاده کرد. ابتدا، با استفاده از روش کیفی به شناسایی و استخراج عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی اجتماعی در قالب سه مقوله فردی، اجتماعی و محیطی پرداخت. در ادامه، در بخش کمی با استفاده از روش نگاشت‌شناختی روابط بین ابعاد و مؤلفه‌های مدل تبیین شد تا کارآفرینان معلول بتوانند در حوزه عمل، با استفاده از تنوع فعالیت کارآفرینانه در گردشگری، فرصت خلق ارزش‌های جدید را شناسایی و از آن‌ها بهره‌برداری کنند و مسیر غلبه بر محدودیت را برای کارآفرینی اجتماعی هموارتر کنند (Day & Moday, 2017; Karimi Hesari et al., 2020). این پژوهش، در حوزه نظری، مدلی مفهومی را برای کارآفرینی معلولان ارائه داده است (Roy & Das, 2019; Mulyaningsih, 2021; Happ & Bolla, 2022; Dastyar & Mohammadi, 2015; Heshmatifar et al., 2021).

پژوهش

این پژوهش از نوع تفسیری و از منظر هدف در ردیف پژوهش‌های بنیادین و کاربردی و از نظر ماهیت داده‌ها و تحلیل در گروه پژوهش‌های آمیخته (کیفی و کمی) قرار دارد. در بخش کیفی از روش فراسنتز و در بخش کمی از روش نگاشت‌شناختی فازی استفاده شده است. روش گردآوری داده‌ها از نوع اسنادی - فراسنتز است. جامعه آماری شامل مقالات منتشرشده در پایگاه‌های اطلاعاتی معتبر داخلی و خارجی در محدوده زمانی ۱۹۸۰ تا ۲۰۲۳ است و جست‌وجو بر اساس کلیدواژه‌های تعریف‌شده تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافته است. نمونه‌گیری، جمع‌آوری و تحلیل داده‌های پژوهش با استفاده از فراسنتز بر اساس فرایند نظام‌مند انجام شده است و برای اجرای آن از روش اروین و همکاران (2011) با کمک نرم‌افزار مکس کیودی ای ۲۰۲۰ استفاده شده است. روایی پژوهش در بخش کیفی بر مبنای روایی نظریه‌ای و مطالعات گسترده میدانی و نظر خبرگان و سنجش پایایی به‌وسیله آزمون کاپای کوهن انجام شد. به‌منظور بررسی اعتبار تحلیل، پس از مرحله کدگذاری، نتایج به پژوهشگران مقالات ارائه و نظرهای تکمیلی آن‌ها نیز دریافت و تحلیل داده‌ها و یافته‌ها با استفاده از نرم‌افزار انجام شد.

جدول ۱: خلاصه پژوهش

گام تحقیق	جامعه آماری	روش نمونه‌گیری	روش تحقیق	ورودی	نرم افزار
مدل توسعه کارآفرینی اجتماعی معلولان در گردشگری	مقالات	فرایند نظام‌مند	کیفی، فراسنتز	اطلاعات مقالات	Maxqda
اعتبارسنجی مدل و ارائه سناریو	خبرگان	نمونه‌گیری هدفمند	کمی، فازی	اطلاعات پرسش‌نامه	Fcmapper

در پاسخ به سؤال اول پژوهش، بررسی نظام‌مند متون با استفاده از روش فراسنتز مبتنی بر اشباع نظری از طریق موتورهای جست‌وجو در پایگاه‌های داده قابل استناد از عمق ادبیات و مبانی نظری پژوهش انجام شد. بدین ترتیب که بعد از بررسی ادبیات و جست‌وجو در پایگاه‌های داده، برای تکمیل فرایند جست‌وجو و استفاده از تمامی منابع به‌منظور دستیابی به اعتبار علمی، از نرم‌افزار ویس و یور^۱ به‌عنوان مکمل فراسنتز استفاده شد و در بررسی اولیه، از کل ۲۵۰۰ مقاله جست‌وجوشده، تعداد ۳۵۲ مقاله شامل ۲۳۲ مقاله فارسی و ۱۲۰ مقاله انگلیسی برای تحلیل انتخاب شدند و سپس، با روش ارزیابی ضروری^۲، تعداد ۱۸۸ مقاله به‌دلیل عدم همخوانی با عنوان پژوهش، تعداد ۶۲ مقاله بر اساس بررسی محتوی مقالات و غیرمرتبط بودن از چرخه تحلیل خارج شدند و در نهایت تعداد ۵۸ مقاله شامل ۲۶ مقاله داخلی و ۳۲ مقاله خارجی برای کدگذاری انتخاب شدند. کدگذاری مقالات با نرم‌افزار و در سه سطح کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد و در انتها کدهای استخراج‌شده در مرحله قبل با کمک قابلیت‌های نرم‌افزار واکاوی شدند. پس از تحلیل، مدل مفهومی در قالب چهارچوبی از مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی معلولان در گردشگری تبیین شد. کیفیت توسط ابزار ارزیابی حیاتی و نظر خبرگان و کیفیت کدهای استخراج‌شده از طریق نرم‌افزار و شاخص کاپای کوهن ارزیابی شد. نتایج حاصل از ارزیابی نشان می‌دهد ضریب کاپا برای پژوهش حاضر ۰/۷۴۴ در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ محاسبه شد که معناداری آن مورد تأیید است.

در پاسخ به سؤال دوم پژوهش، با استفاده از روش شناختی فازی، پرسش‌نامه برگرفته از مؤلفه‌های مدل در مرحله کیفی برای تحلیل تأثیر هریک از عناصر مدل بر یکدیگر تهیه شد تا پژوهشگر بتواند یک دیدگاه

سیستمی روشن از روابط بین متغیرهای مدل مفهومی به دست آورد. پرسش‌نامه‌ها به استادان، خبرگان و متخصصان حوزه کارآفرینی، گردشگری معلولان به‌منزله جامعه آماری پژوهش که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند قضاوتی انتخاب شده بودند داده شد. دریافت نظرهای خبرگان با دنبال کردن روش گلوله‌برفی با ۱۵ نفر از خبرگان تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت، برای افزایش مطلوبیت داده‌ها، تکمیل پرسش‌نامه تا ۱۶ نفر به‌منزله جامعه نمونه ادامه یافت. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای Fcmapper انجام شد. بدین صورت که در گام اول، با ترسیم نقشه شناخت فازی طی پنج مرحله، ماتریس اولیه موفقیت، ماتریس فازی‌شده موفقیت، ماتریس رابطه قدرت موفقیت، ماتریس نهایی موفقیت و در نهایت نمایش گرافیکی نقشه شناختی فازی بررسی روابط بین متغیرها و ارائه مدل سیستمی، نحوه تأثیر هریک از عوامل شناسایی شده در کارآفرینی اجتماعی معلولان در صنعت گردشگری و عوامل دارای بیشترین مرکزیت، تأثیرگذاری و تأثیرپذیری به دست آمد. سپس، با استفاده از منطق سناریوسازی بر روی نقشه شناختی فازی به‌منظور نگرش سیستمی به نقشه شناختی فازی تصویر به‌دست‌آمده در این پژوهش، سناریوهایی طراحی شد. متغیرهای مستقلی که بیشترین تأثیرپذیری و تأثیرگذاری پیرامون متغیر وابسته مدل به‌عنوان مرکزیت در مدل را دارند به‌منزله سناریوهای روبه عقب و روبه جلو طراحی شدند که به مرتب‌سازی ورودی و خروجی نقشه کمک کنند. در این گام، با استفاده از نقشه به‌دست‌آمده از گام‌های قبل، سناریوهای روبه عقب و روبه جلو طراحی شده است. برای طراحی سناریوهای روبه عقب در این پژوهش، ۳ عامل با میزان بیشترین تأثیرپذیری و به‌منظور طراحی سناریوهای روبه جلو، ۳ عامل با میزان بیشترین تأثیرگذاری انتخاب شده است. سناریوهای روبه عقب به دنبال یافتن سرمنشأ تغییرات برای عاملی خاص است. به عبارت دیگر، در سناریوهای روبه



این پژوهش، برای برآورد پایایی همسانی درونی، از تکنیک محاسبه ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد و نتایج نشان از ضریب پایایی ۸۲ درصد دارد که در تحقیقات علوم انسانی ضریب قابل قبولی است.

یافته‌های پژوهش

با توجه به سؤالات پژوهش و نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها در پاسخ به سؤال اول پژوهش، پس از بررسی نظام‌مند متون با استفاده از روش فراسنتز و فرایند کدگذاری، یافته‌ها به صورت مجموعه‌ای از مفاهیم (کدها) و مؤلفه‌های فردی، بین فردی و عوامل محیطی شناسایی و مدل مفهومی کارآفرینی اجتماعی معلولان در صنعت گردشگری مطابق جدول ۲ تبیین شدند.

عقب، توالی‌ای از عملیات شکل می‌گیرد که در آن به محقق نحوه بهبود در عاملی خاص را نشان می‌دهد. سناریوهای رو به جلو نشان می‌دهد که قابلیت بهبود بر اثر تعامل چه عواملی رخ داده است.

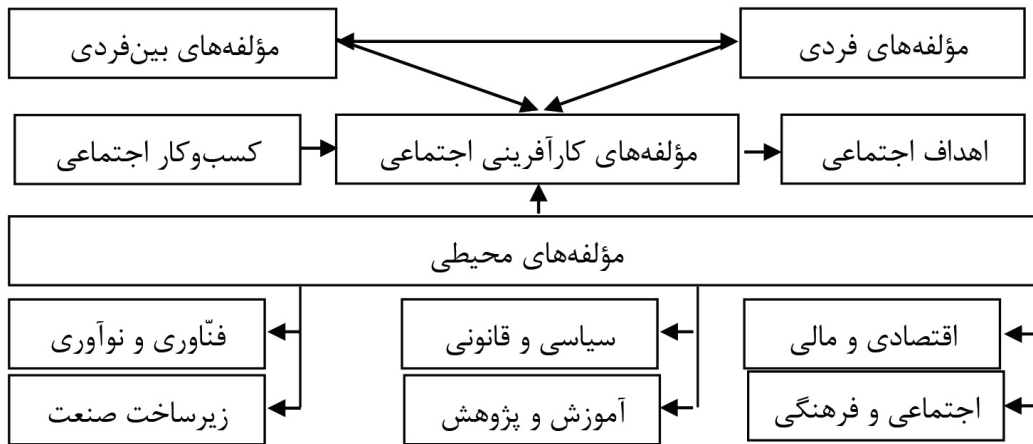
در پرسش‌نامه مربوط به نگاشت شناختی فازی در مرحله کمی از روایی محتوایی بهره گرفته شد. به این ترتیب که خبرگان صنعت و دانشگاه، درباره محتوای سؤالات مربوط به متغیرهای مورد سؤال در پرسش‌نامه، ضریب اعتبار هر متغیر مستقل را در خصوص سؤال مربوط تعیین و با محاسبه ضریب لاوشه نظر خود را اعلام کردند که، با توجه به ضریب اعتبار محتوای اعلام شده برای هر متغیر، بین ۷۳ درصد تا ۱۰۰ درصد بود و نشان داد که روایی مورد تأیید است. در

جدول ۲: مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی معلولان در یافته‌های پژوهش‌های پیشین

مفاهیم (کدهای معنایی)	مقوله‌ها	
قابلیت‌های فردی و ارزش‌آفرینی؛ شایستگی‌های کارآفرینانه؛ ویژگی‌های ارتباطی؛ قابلیت‌های اعتقادی و اخلاقی؛ نگرش جامعه به کارآفرین؛ خطرپذیری	فردی	مقوله محوری (توسعه مدل کارآفرینی اجتماعی)
مهارت اجتماعی و جامعه‌پذیری؛ مهارت‌های رهبری و ارتباطی؛ مهارت خلق ارزش اجتماعی؛ مهارت سازگاری و تعامل اجتماعی؛ مهارت فعالیت‌های کارآفرینانه؛ مهارت‌های گروهی و شبکه‌سازی	بین فردی	
منافع درآمدی کسب‌وکار؛ ایجاد ارزش برای جامعه؛ منافع مرتبط با مشتری و بازار؛ ارزش زیستی و مسئولیت اجتماعی؛ سرمایه اجتماعی و مشارکت‌پذیری	عوامل اقتصادی و مالی	
سرمایه اجتماعی؛ مشارکت اجتماعی؛ عوامل فرهنگی؛ خلق ارزش اجتماعی	عوامل اجتماعی و فرهنگی	
سیاست‌گذاری حاکمیتی و حمایتی در نوآوری؛ سیاست‌های قانونی؛ سیاست‌گذاری در توسعه زیرساخت؛ سیاست‌گذاری تسهیل فضای کسب‌وکار	عوامل سیاسی و قانونی	
دانش و مهارت‌آموزی؛ آموزش و پرورش کارآفرین؛ آگاهی‌سازی و اطلاع‌رسانی	عوامل آموزشی، پژوهش و سرمایه انسانی	
پایگاه داده و نرم‌افزار؛ سخت‌افزار و شبکه؛ نوآوری در خدمات؛ نوآوری در ارتباط	عوامل فناوری و نوآوری	
توسعه زیرساخت و دسترس‌پذیری؛ توسعه نوآوری و فناوری؛ توسعه زنجیره‌های ارزش؛ توسعه شیوه‌های نوین کسب‌وکار معلولان	عوامل زیرساخت صنعت و کسب‌وکار	

پژوهش و کدگذاری استخراج شده تبیین شد و با توجه به نتایج نهایی آزمون کاپا را خبرگان تأیید کردند.

یافته‌ها شامل ۳ مقوله اصلی و ۸ زیرمقوله با ۳۶ کد معنایی به صورت مدل مفهومی نمودار ۲ از ادبیات



نمودار ۲: مدل مفهومی کارآفرینی اجتماعی معلولان در صنعت گردشگری

نتایج پژوهش حاضر است (Caldwell et al., 2016; Dhar et al., 2022; Hendijani Fard & Hejazi, 2018; Bagheri et al., 2015).

با توجه به نتایج پژوهش می‌توان استنباط کرد که نگرش جامعه به کارآفرین در تعامل با سیاست‌های حمایتی می‌تواند انگیزه و مهارت افراد در گرایش به کارآفرینی اجتماعی را افزایش دهد. یافته‌های وفایی و همکاران (2020)، ابراهیمی‌نژاد و همکاران (2018)، انوری و همکاران (2020) با موضوع ارتباط ویژگی‌های فردی و رفتاری با کارآفرینی معلولان و همچنین یافته‌های انوری و همکاران (2020) و ویدویوکا و همکاران (2018)، میلر و لو برتون میلر (2017) با موضوع ارتباط ویژگی‌های فردی با قابلیت‌های کارآفرینی معلولان تأییدکننده یافته‌های پژوهش حاضر هستند (Miller & Le Breton-Miller, 2017; Hsieh et al., 2019; Widoyoko et al., 2018; Vafaei, 2020).

۳- مؤلفه‌های بین‌فردی شامل زیرمقوله‌های مهارت‌های اجتماعی و خلق ارزش، ارتباطی، رهبری، گروهی و کارآفرینانه با ۶ کد معنایی تبیین شدند. تحلیل یافته‌ها نشان داد ویژگی‌های بین‌فردی بیان‌شده به معلولان کمک می‌کند با دیگران تعامل داشته باشند و گرایش به کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار در جهت ارزش‌آفرینی را افزایش دهند و بر محدودیت‌ها غلبه کنند (Norstedt & Germundsson, 2023; Aviles Hernandez & Perez Perez, 2019; Tajzadeh et al., 2013; Karbalaei Esmail et al., 2020a).

مهارت اجتماعی و جامعه‌پذیری و مهارت‌های کارآفرینانه، به دلیل تمایل به غلبه بر موانع اجتماعی و تمایل به ارضای نیاز روان‌شناختی در گرایش به

۱- مقوله محوری در پاسخ به پرسش اصلی پژوهش تبیین شد. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که مؤلفه‌ها فردی، بین‌فردی و محیطی به‌منزله عوامل پیش‌برنده یا بازدارنده گرایش به کارآفرینی عمل می‌کنند. یافته‌های کلانگبونکرانگ و بینز (2022)، با بررسی نظام‌مند ۵۲ مقاله مرتبط با ناتوانی و فرصت کارآفرینی تا ۲۰۲۰، تأییدکننده یافته‌های پژوهش حاضر است (Klangboonkrong & Baines, 2022). همچنین، یافته‌های پژوهش رابطه بین عوامل فردی، بین‌فردی و محیطی برای کارآفرینی اجتماعی را نشان می‌دهد. مطالعه گارسیا و همکاران (2021) با مرور نظام‌مند و فراتحلیل ۹۳ مقاله و مطالعه نورستد و ژرموندسون (2023) با بررسی ۱۶ مقاله و مطالعه حشمتی‌فر با بررسی ۱۵۵ مقاله یافته‌های پژوهش حاضر را تأیید می‌کنند (Garcia et al., 2021; Norstedt & Germundsson, 2023; Heshmatifar et al., 2021).

۲- مؤلفه‌های فردی کارآفرینی شامل زیرمقوله‌های نگرشی و ارزش‌آفرینی با ۶ کد معنایی مطابق جدول ۲ تبیین شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد که عوامل فردی به‌منزله عوامل پیش‌برنده یا بازدارنده در قصد کارآفرینی اجتماعی مؤثر هستند. تحلیل، در بعد جنبه‌های فردی، ویژگی‌های معلولان را توصیف می‌کند. ویژگی‌های نگرشی به قابلیت‌های کارآفرینی مربوط می‌شود که در تعامل با عوامل بین‌فردی و محیطی می‌تواند در سایر جنبه‌های زندگی فرد تأثیرگذار باشند. ازاین‌رو، تقویت عوامل فردی مانند قابلیت‌های فردی و ارزش‌آفرینی و شایستگی‌ها در تعامل با عوامل حمایتی می‌تواند انگیزه و مهارت افراد در گرایش به کارآفرینی اجتماعی را افزایش دهد. یافته‌های پژوهش‌های پیشین مؤید



کارآفرینانه برای ایجاد کسب‌وکار را فراهم می‌کنند. یافته‌های پیشین مؤید یافته‌های پژوهش حاضر هستند (Millan Jimenez & García Escribano, 2019; Martin & Honig, 2020; Bagheri et al., 2015; Karbalaei Esmaeil et al., 2020b).

سیاست‌های حاکمیتی در زیرساخت و دسترس‌پذیری موجب توسعه زیرساخت‌ها و توسعه زنجیره ارزش و خلق ارزش اجتماعی و همچنین سیاست‌گذاری در نوآوری و فناوری موجب توسعه نوآوری و توجه به سرمایه و مسئولیت اجتماعی می‌شوند (Caldwell et al., 2019; Norstedt & Germundsson, 2023).

عوامل ساختار کسب‌وکار و عوامل آموزش و پژوهش در کنار عوامل سیاسی و قانونی در ایجاد و توسعه کارآفرینی اجتماعی بسیار تأثیرگذار هستند. این یافته‌ها با یافته‌های تام و همکاران (2021)، اورتیز گارسیا و اولاز کاپیتن (2021) منطبق است (Tam et al., 2021; Ortiz Garcia & Olaz Capitan, 2021).

در پاسخ به سؤال دوم پژوهش، با استفاده از روش شناختی فازی طی پنج مرحله، نظرهای خبرگان پیرامون ۳۶ مؤلفه مدل مفهومی توسط نرم‌افزار تحلیل شد. در گام اول، ماتریس اولیه موفقیت بر اساس نظرهای خبرگان و امتیازدهی مطابق جدول ۳ تشکیل شد.

کارآفرینی، بسیار مهم هستند. مطالعه آویلس هرناندز و پرز پرز (2019)، کالدول و همکاران (2016)، با بررسی انگیزه‌های کارآفرینی معلولان در ایجاد کسب‌وکار، تأییدکننده یافته‌های پژوهش حاضر هستند (Aviles Hernandez & Perez Perez, 2019; Caldwell et al., 2016; Karimi Hesari, 2020; Tajzadeh et al., 2013).

۴- عوامل محیطی شامل ۶ مؤلفه و ۲۴ زیرمؤلفه مطابق جدول ۲ تبیین شدند. تحلیل یافته‌ها رابطه کارآفرینی و عوامل محیطی از جنبه‌های گوناگون را نشان می‌دهد. بسترسازی محیطی موجب توانمندسازی و مشارکت می‌شود و محدودیت‌های ناشی از عوامل محیطی را کاهش می‌دهد و موجب افزایش شایستگی‌های کارآفرینی می‌شود. پژوهش‌های انجام‌شده در کشورهای متعدد یافته‌های پژوهش را تأیید می‌کنند (Csillag et al., 2019; Terziev et al., 2020; Tisma et al., 2022; Bagheri & Abbariki, 2017; Babaei Fishani & Abbasi, 2019; Ortiz Garcia & Olaz Capitan, 2021).

مؤلفه‌های غیراقتصادی کارآفرینی شامل عوامل فرهنگی اجتماعی، سیاسی، قانونی، آموزش و پژوهش و نیروی انسانی و نوآوری و فناوری و زیرمؤلفه‌هایی شامل عوامل ظرفیت‌ساز و بسترساز محیطی زمینه اقدام

جدول ۳: قسمتی از ماتریس اولیه موفقیت (ماتریس IMS)^۱

IMS	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶
۱	۵	۴	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۳	۳	۴	۵	۵	۴	۵
۲	۵	۵	۵	۵	۴	۵	۵	۵	۵	۴	۳	۴	۵	۵	۵	۵
۳	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۴	۵	۵	۵	۵	۵	۵
۴	۴	۴	۵	۳	۵	۵	۵	۵	۴	۴	۳	۵	۴	۵	۴	۳
۵	۴	۴	۵	۲	۵	۵	۵	۵	۴	۳	۳	۵	۴	۵	۴	۲
۶	۵	۵	۴	۳	۴	۵	۵	۵	۳	۴	۳	۵	۵	۴	۵	۳
۷	۵	۵	۵	۴	۵	۵	۵	۴	۴	۴	۴	۵	۵	۵	۵	۴
۸	۴	۴	۳	۳	۴	۵	۵	۵	۲	۲	۲	۲	۴	۳	۴	۳
۹	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۴	۵	۵	۵	۵
۱۰	۴	۴	۴	۳	۴	۵	۵	۵	۳	۳	۴	۵	۴	۴	۴	۳
...
۳۶	۵	۵	۴	۳	۵	۵	۵	۳	۳	۲	۱	۴	۵	۴	۵	۳

1. Initial Matrix of Success

جدول ۳: قسمتی از ماتریس اولیه موفقیت (ماتریس IMS)

IMS	خبره ۱	خبره ۲	خبره ۳	خبره ۴	خبره ۵	خبره ۶	خبره ۷	خبره ۸	خبره ۹	خبره ۱۰	خبره ۱۱	خبره ۱۲	خبره ۱۳	خبره ۱۴	خبره ۱۵	خبره ۱۶
خلق ارزش فردی برای مشتریان	۵	۴	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۳	۳	۴	۵	۵	۴	۵
خلق ارزش اجتماعی برای مشتریان	۵	۵	۵	۵	۴	۵	۵	۵	۵	۴	۳	۴	۵	۵	۵	۵
خلق ارزش زیست محیطی برای مشتریان	۴	۴	۵	۳	۵	۵	۵	۳	۳	۴	۳	۴	۵	۵	۵	۵
نگرش مشتریان	۴	۴	۵	۲	۵	۵	۵	۵	۴	۳	۳	۵	۴	۵	۴	۳
نگرش جامعه	۴	۴	۳	۳	۴	۵	۵	۵	۲	۲	۲	۲	۴	۵	۴	۲
منافع مرتبط با مشتری و بازار	۵	۵	۴	۳	۴	۵	۵	۵	۳	۴	۳	۵	۵	۴	۵	۳
ایجاد ارزش برای مشتری	۵	۵	۵	۴	۵	۵	۵	۴	۴	۴	۴	۵	۵	۵	۵	۴
ایجاد ارزش برای جامعه	۵	۵	۴	۳	۴	۵	۵	۳	۳	۳	۳	۲	۴	۳	۴	۳
سیاست گذاری در توسعه زیرساخت ها	۵	۴	۴	۳	۵	۵	۵	۳	۳	۳	۳	۴	۵	۵	۵	۵
سیاست گذاری در نوآوری و دسترس پذیری خدمات	۴	۴	۳	۴	۲	۵	۵	۵	۴	۳	۳	۴	۴	۴	۴	۳
نوآوری در خدمات	۵	۵	۴	۴	۴	۵	۵	۵	۴	۴	۴	۴	۵	۵	۴	۴
نوآوری در ارتباط با مشتری	۴	۵	۴	۳	۳	۵	۵	۵	۴	۴	۴	۴	۵	۵	۴	۳
سیاست های حاکمیتی دولت	۴	۴	۴	۲	۵	۵	۵	۳	۲	۱	۴	۳	۵	۴	۴	۲
سیاست های حمایتی دولت	۵	۵	۴	۲	۴	۵	۵	۲	۲	۱	۴	۳	۵	۵	۴	۲
نسل جدید رقبا	۴	۴	۵	۵	۴	۴	۴	۴	۳	۴	۳	۵	۵	۴	۵	۵
دانش و اطلاعات عمومی	۵	۵	۴	۴	۴	۵	۵	۴	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۴	۴
دانش و مهارت تخصصی	۵	۵	۵	۳	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۳
سخت افزار و محیط فیزیکی	۴	۴	۴	۴	۵	۴	۵	۴	۳	۳	۳	۵	۵	۴	۴	۴
نرم افزار و شبکه	۴	۴	۴	۴	۴	۴	۵	۲	۳	۳	۳	۴	۵	۴	۴	۴
عوامل سیاسی و قانونی	۴	۴	۳	۲	۴	۵	۵	۳	۲	۲	۲	۱	۵	۴	۳	۲
عوامل اقتصادی	۵	۵	۵	۳	۵	۴	۵	۵	۳	۴	۳	۴	۵	۵	۵	۳
عوامل فرهنگی و اجتماعی	۵	۵	۴	۳	۵	۵	۵	۴	۴	۳	۳	۳	۵	۵	۴	۳
عوامل فیزیکی و موقعیت مکانی	۴	۴	۵	۴	۵	۴	۵	۴	۴	۴	۴	۴	۵	۴	۵	۴
عوامل فناوریانه	۴	۴	۳	۴	۳	۴	۵	۴	۴	۵	۵	۵	۵	۴	۳	۴
شایستگی مدیریت	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۴	۵	۵	۵	۵
قابلیت های کارکنان	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۴	۵	۵	۵	۵	۵	۵
تقسیم کار و وظایف	۴	۴	۳	۳	۳	۵	۵	۴	۳	۲	۳	۳	۵	۴	۳	۳
نظارت و کنترل	۴	۴	۴	۳	۴	۵	۵	۵	۳	۳	۳	۵	۵	۴	۴	۳



IMS	خبره ۱	خبره ۲	خبره ۳	خبره ۴	خبره ۵	خبره ۶	خبره ۷	خبره ۸	خبره ۹	خبره ۱۰	خبره ۱۱	خبره ۱۲	خبره ۱۳	خبره ۱۴	خبره ۱۵	خبره ۱۶
زنجیره ارزش	۵	۵	۵	۲	۵	۵	۵	۳	۳	۳	۲	۲	۵	۵	۵	۲
بازاریابی و تبلیغات	۵	۵	۵	۵	۵	۴	۵	۳	۴	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵
انسجام راهبردی	۴	۴	۴	۱	۳	۵	۵	۵	۲	۳	۱	۳	۵	۴	۴	۱
تعامل اجتماعی	۴	۴	۴	۳	۴	۵	۵	۵	۳	۳	۴	۵	۵	۴	۴	۳
قابلیت‌های اخلاقی	۴	۴	۵	۳	۵	۵	۵	۵	۴	۴	۳	۵	۵	۴	۵	۳
منافع مرتبط با سازمان	۵	۵	۴	۳	۳	۴	۵	۴	۴	۴	۳	۵	۵	۴	۳	۳
شیوه نوین کسب‌وکار	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۴	۵	۴	۵	۵	۵	۵	۵
توجه به محیط زیست و مسئولیت اجتماعی	۵	۵	۴	۳	۵	۵	۵	۳	۳	۲	۱	۴	۵	۴	۳	۳

موفقیت، ماتریس رابطه قدرت موفقیت، ماتریس نهایی موفقیت و در نهایت نمایش گرافیکی نقشه شناختی فازی، بررسی روابط بین متغیرها و نحوه تأثیر هر یک از عوامل شناسایی شده در توسعه مدل مفهومی و عوامل دارای بیشترین مرکزیت، تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مطابق جدول ۵ به دست آمد.

در گام دوم، بر اساس ماتریس اولیه موفقیت به دست آمده از پاسخ‌های خبرگان و طی مراحل ایجاد نقشه شناختی فازی مطابق مراحل ذکر شده و اجرای داده‌ها در نرم‌افزار اکسل، ماتریس نهایی ارتباطی میان عوامل مطابق جدول ۴ به دست آمد. پس از ترسیم نقشه شناخت فازی طی پنج مرحله، ماتریس اولیه موفقیت، ماتریس فازی شده

جدول ۴: بخشی از ماتریس نهایی ادغامی خبرگان پس از حذف روابط ضعیف

FMS ¹	سیاست‌گذاری در توسعه زیرساخت‌ها و دسترس‌پذیری	سیاست‌گذاری در نوآوری و فناوری	توسعه قابلیت‌های فردی و ارزش‌آفرینی	خلق ارزش اجتماعی	نگرش جامعه به کارآفرینی	توسعه زنجیره‌های ارزش‌آفرینی
سیاست‌گذاری در توسعه زیرساخت‌ها و دسترس‌پذیری	۱	۰	۰/۷۴۵	۰/۷۶۵	۰/۷۴۵	۰/۶۱۸
سیاست‌گذاری در نوآوری و فناوری	۰	۱	۰/۸۱	۰/۷۶۶	۰/۶۴۶	۰/۶۴۶
توسعه قابلیت‌های فردی و ارزش‌آفرینی	۰/۷۴۵	۰/۸۱	۱	۰	۰/۶۲۶	۰/۷۲۵
خلق ارزش اجتماعی	۰/۷۶۵	۰/۷۶۶	۰	۱	۰/۶۸۶	۰/۸۹۶
نگرش جامعه به کارآفرینی	۰/۷۴۵	۰/۶۴۶	۰/۶۲۶	۰/۶۸	۱	۰
توسعه زنجیره‌های ارزش‌آفرینی	۰/۶۸۱	۰/۶۴۶	۰/۷۲۵	۰/۸۹۶	۰	۱

تأثیرپذیری و تأثیرگذاری پیرامون متغیر وابسته به عنوان مرکزیت در مدل را دارند به منزله سناریوهای رو به عقب و رو به جلو طراحی شدند تا به مرتب‌سازی ورودی و خروجی نقشه کمک کنند.

در ادامه، با استفاده از منطق سناریوسازی بر روی نقشه شناختی فازی به منظور نگرش سیستمی به نقشه شناختی فازی تصویر به دست آمده در این پژوهش، سناریوهایی طراحی شد. متغیرهای مستقلی که بیشترین

جدول ۵: میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری و مرکزیت ۱ هر متغیر مربوط به مدل ۲ (FCM)

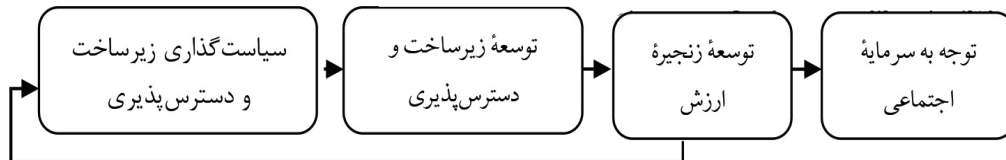
نگاشت شناختی فازی	Outdegree	Indegree	Centrality	Ordinary
سیاست‌گذاری در زیرساخت‌ها و دسترس‌پذیری	۳/۶۸	۵/۱۶	۸/۸۴	۱
سیاست‌گذاری در نوآوری و فناوری	۱۰/۶۹	۳/۹۴	۱۴/۶۳	۱
قابلیت فردی و ارزش‌آفرینی	۹/۳۷	۸/۵۳	۱۷/۹۰	۱
خلق ارزش اجتماعی	۷/۳۷	۸/۸۰	۱۶/۱۷	۱
خلق ارزش زیستی و مسئولیت‌پذیری	۴/۹۲	۱۰/۳۸	۱۵/۳۰	۱
نوآوری در خدمات	۶/۰۴	۱۲/۶۸	۱۸/۷۱	۱
نوآوری در ارتباط	۲۶/۰۶	۱۱/۱۹	۳۷/۲۵	۱
سیاست‌های قانونی	۱/۵۳	۲/۲۵	۳/۷۸	۱
سیاست‌گذاری تسهیل‌کننده کسب‌وکار	۷/۴۲	۱/۵۹	۹/۰۰	۱
شیوه نوین کسب‌وکار	۱۷/۵۹	۱۳/۹۰	۳۱/۴۹	۱
خطرپذیری	۴/۳۷	۱۱/۸۲	۱۶/۱۹	۱
نگرش ارزش‌آفرینی	۵/۱۸	۱۲/۰۸	۱۷/۲۶	۱
نگرش جامعه به کارآفرین	۸/۸۰	۸/۷۱	۱۷/۵۲	۱
آموزش و پرورش کارآفرین	۳/۸۰	۴/۵۴	۸/۳۴	۱
دانش و مهارت‌آموزی	۱۱/۰۱	۶/۵۹	۱۷/۵۹	۱
سخت‌افزار و شبکه	۵/۲۶	۵/۰۶	۱۰/۳۲	۱
نرم‌افزار و پایگاه داده	۱۵/۲۱	۶/۹۷	۲۲/۱۸	۱
توسعه نوآوری و فناوری	۹/۸۱	۴/۶۵	۱۴/۴۶	۱
منافع درآمدی کسب‌وکار	۱۳/۷۸	۵/۴۳	۱۹/۲۱	۱
مشارکت اجتماعی	۹/۱۱	۵/۴۶	۱۴/۵۶	۱
توسعه زیرساخت و دسترس‌پذیری	۱/۵۵	۳/۹۳	۵/۴۷	۱
فعالیت‌های کارآفرینانه	۸/۵۰	۳/۶۲	۱۲/۱۲	۱
شایستگی‌ها	۱۵/۱۷	۳/۷۴	۱۸/۹۱	۱
قابلیت‌های کارآفرینی	۱۳/۱۳	۶/۸۵	۱۹/۹۷	۱
مهارت رهبری	۲/۰۹	۷/۰۳	۹/۱۳	۱
مهارت کار گروهی و شبکه‌سازی	۰/۷۴	۹/۰۹	۹/۸۳	۱
توسعه زنجیره ارزش	۳/۰۴	۱۰/۹۱	۱۳/۹۵	۱
اطلاع‌رسانی و آگاهی‌سازی	۱۰/۲۴	۸/۹۶	۱۹/۲۰	۱
سرمایه اجتماعی	۶/۶۵	۲/۲۲	۸/۸۷	۱
تعامل اجتماعی	۷/۷۱	۶/۲۴	۱۳/۹۵	۱
قابلیت‌های اعتقادی و اخلاقی	۹/۸۶	۶/۰۹	۱۵/۹۵	۱
منافع مرتبط با ارزش برند	۸/۱۱	۸/۹۲	۱۷/۰۳	۱
منافع مرتبط با مشتری و بازار	۴/۸۹	۸/۸۶	۱۳/۷۵	۱
ایجاد ارزش برای مشتری	۳/۰۵	۱۲/۷۸	۱۵/۸۳	۱
ایجاد ارزش برای جامعه	۳/۱۱	۱۴/۶۸	۱۷/۸۰	۱
توجه به سرمایه اجتماعی و مسئولیت اجتماعی	۲/۹۵	۱۸/۱۸	۲۱/۱۳	۱

1. Outdegree & Indegree & Centrality

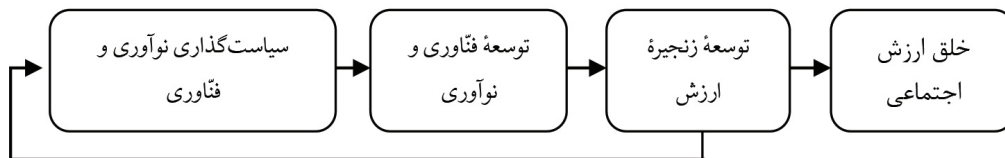
2. Fuzzy Cognitive Map



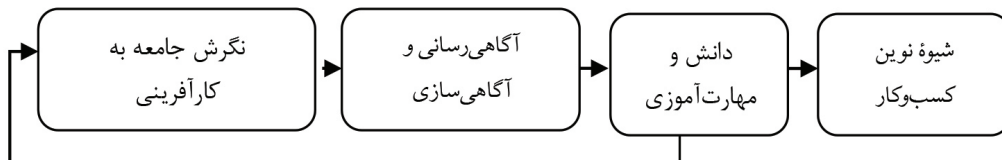
بر اساس جدول FCM، عامل «سیاست‌گذاری زیرساخت و دسترس‌پذیری» دارای بیشترین اثرگذاری در عامل توسعه زیرساخت و دسترس‌پذیری است. در این بخش، چون این عامل قبلاً بررسی شده است و به اصطلاح لوپ تشکیل می‌شود، ادامه فرایند سناریوسازی متوقف شد و در نتیجه سناریوها به صورت نمودارهای ۳ تا ۵ قابل ارائه هستند.



نمودار ۳: مسیر حاصل از ایجاد سناریوی رو به عقب عامل توجه به سرمایه اجتماعی



نمودار ۴: مسیر حاصل از سناریوی رو به عقب عامل خلق ارزش اجتماعی

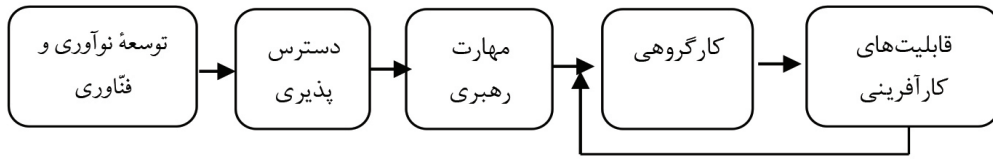


نمودار ۵: مسیر حاصل از سناریوی رو به عقب عامل شیوه نوین کسب‌وکار

شرح جدول زیر شناسایی شده است. به منظور ایجاد مسیر سناریو، عامل نوآوری صفر می‌شود و تأثیرپذیری عوامل خروجی از این عامل با توجه به موارد دیگر بررسی می‌شود. این فرایند برای دسترس‌پذیری نیز ادامه می‌یابد و در هر مرحله تأثیرپذیری عوامل خروجی از این عوامل سنجش و ارزیابی می‌شود. همان‌گونه که در نمودار ۶ مشخص است، قابلیت‌های کارآفرینی دارای بیشترین تأثیرپذیری از مهارت رهبری است. در این بخش، چون این عامل بررسی شده است و به اصطلاح لوپ تشکیل می‌شود، ادامه فرایند سناریوسازی متوقف می‌شود و در نتیجه سناریوی این مبحث به صورت نمودار ۶ قابل بیان است.

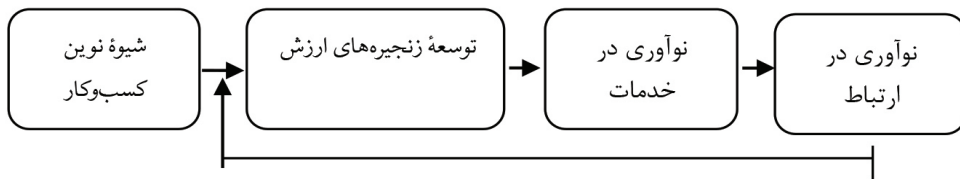
در ادامه برای عواملی که دارای بیشترین تأثیرپذیری بودند سناریوی رو به جلو تدوین شده است.

بر اساس جدول FCM، عامل «قابلیت‌های کارآفرینی» دارای بیشترین اثرپذیری از مهارت رهبری است. در این بخش، چون این عامل قبلاً بررسی شده است و به اصطلاح لوپ تشکیل می‌شود، ادامه فرایند سناریوسازی متوقف شد و در نتیجه سناریوها به صورت نمودارهای ۶ تا ۸ قابل ارائه هستند. اولین سناریو مربوط به عامل توسعه نوآوری و فناوری است و برای این عامل به سناریوسازی رو به جلو اقدام می‌شود. بدین منظور، در ابتدا، عوامل خروجی از این عامل با توجه به جدول FCM به

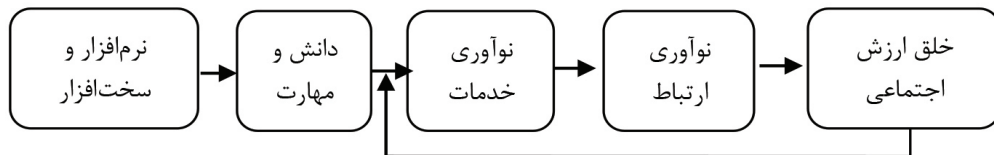


نمودار ۶: ایجاد سناریوی روبه جلو نوآوری در ارتباط با قابلیت کارآفرینی

مسیر سناریوی روبه جلو برای دو عامل نیز مطابق مراحل بیان شده مشخص و مسیر سناریوی روبه جلو برای آن‌ها مطابق نمودار ۷ و ۸ به دست آمد.



نمودار ۷: اجرای سناریوی روبه جلو برای عامل شیوه نوین کسب‌وکار



نمودار ۸: اجرای سناریوی روبه جلو برای عامل نرم‌افزار و سخت‌افزار

در حال حاضر دولت‌ها و نهادهای عمومی در حال توسعه راهبردهایی از طریق ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به نفع اشتغال و کارآفرینی افراد معلول هستند. بخشی از این راهبردها به موضوعاتی مانند تأمین مالی، آموزش کسب‌وکار یا انگیزه‌ها و مشوق‌های حمایتی به‌منزله محیط حامی می‌پردازند، اما از مواردی که مستقیماً با درونی‌ترین و ذهنی‌ترین بخش فرد ارتباط دارند غفلت می‌کنند. همچنین، پژوهش‌ها نشان می‌دهند این حوزه دارای پتانسیل فراوانی برای فعالیتهای کارآفرینانه معلولان در گردشگری است. مطالعات نشان می‌دهد کارآفرینی اجتماعی گردشگری فرایندی است که می‌تواند راهکار مناسبی برای رفع چالش‌ها در دنیای کسب‌وکار به‌طور عام و در صنعت گردشگری به‌طور خاص ارائه دهد. این فرایند، از طریق فعالیتهای گردشگری برای خلق راه‌حل‌های نوآورانه، به توان‌یابان کمک می‌کند تا، با توجه به قابلیت‌هایشان، از طریق رفتار کارآفرینانه به کارآفرینی بپردازند (Day & Moday, 2017; Caldwell et al., 2016, 2019).

نتایج سناریوسازی کمک می‌کند که زمینه‌پیزی یک مدل کسب‌وکار برای حداکثرسازی تأثیر اجتماعی فراهم شود و همچنین منافع درآمندی به همراه داشته باشد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش با بررسی ادبیات و یافته‌های پیشین در سه حوزه کارآفرینی، افراد معلول و گردشگری و مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی معلولان برای ایجاد کسب‌وکارهای گردشگری، الگویی جدید و کاربردی را که کمتر مورد توجه دولت‌ها و نهادهای اجتماعی در حوزه نظری و عملی قرار گرفته و یکی از محوری‌ترین زمینه‌ها و اقدامات سیاستی برای حمایت از اشتغال، توانمندسازی و مشارکت اجتماعی محسوب می‌شود، تبیین کرد. این الگو می‌تواند به این افراد، خانواده و جامعه در نگرش، گرایش به کارآفرینی و توانمندسازی معلولان برای ایجاد کسب‌وکار کمک کند (Mulyaningsih, 2021; Martin & Honig, 2020; Makizadeh & Azizzadeh, 2021).

مطالعات این پژوهش حاکی از آن است که



بنابراین، هدف اصلی پژوهش تبیین عوامل کارآفرینی اجتماعی معلولان و ارتباط میان آن‌ها برای طراحی مدلی برای گرایش به کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار است. بدین منظور، برای گردآوری و تلفیق و جمع‌تفاسیر پژوهش‌های پیشین از روش فراسنتز، تعداد ۳۵۲ مقاله استخراج و تعداد ۵۸ مقاله به‌منزله جامعه آماری پژوهش انتخاب شد و به‌صورت نظام‌مند با نرم‌افزار مکس کیودی‌ای تحلیل و کدگذاری شد. نتایج پژوهش نشان داد که مفاهیم موجود در زمینه کارآفرینی اجتماعی را می‌توان در قالب مدلی مفهومی با سه مقوله فردی، بین‌فردی و محیطی و زیرمقوله‌های آن تبیین کرد. این عوامل با یکدیگر در تعامل و به کارآفرینی منجر می‌شوند. عوامل فردی و بین‌فردی تحت تأثیر نگرش کارآفرینانه موجب افزایش روحیه کارآفرینی و توانمندسازی رفتارهای کارآفرینانه می‌شوند (Roy & Das, 2019; Karoubi et al., 2021) و در تعامل با مؤلفه‌های حمایت‌کننده محیطی - شامل مؤلفه‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی - درک کارآفرینی اجتماعی معلولان را افزایش می‌دهند

و موجب راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوآورانه در صنعت گردشگری می‌شوند.

پیامد این پژوهش، علاوه بر دستیابی به الگویی مفهومی که زمینه حضور کارآفرینان در حوزه توانمندسازی و مشارکت فراگیر در جامعه را فراهم می‌سازد، با ترسیم نقشه شناخت فازی، ضمن بررسی روابط بین متغیرها و ارائه مدل سیستمی، نحوه تأثیر هریک از عوامل شناسایی شده بر یکدیگر، با استفاده از منطق سناریوسازی در نقشه شناختی فازی، متغیرهای با بیشترین تأثیرپذیری و تأثیرپذیری در مدل را شناسایی می‌کند و زمینه مفهوم‌سازی و نظریه‌پردازی برای پژوهشگران این حوزه را با توجه به شکاف موجود در تئوری و عمل برای کمک به توانمندسازی معلولان جامعه فراهم می‌کند.

نتایج حاصل از سناریوسازی کمک می‌کند که زمینه پی‌ریزی یک مدل کسب‌وکار برای حداکثرسازی تأثیر اجتماعی فراهم و همچنین منافع درآمدی تأمین شود.

بخش‌های مشتری		روابط با مشتری		ارزش پیشنهادی		فعالیت‌های کارآفرینانه		ذی‌نفعان	
معلولان، جامعه		اقتصادی، اجتماعی		ارزش اجتماعی		کارآفرینی اجتماعی		جامعه، دولت	
زنجیره خلق ارزش اجتماعی									
کانال‌های ارتباطی				اثرگذاری اجتماعی		منابع مالی و غیرمالی			
فیزیکی		مجازی				محصولات، خدمات		حمایتی	
منافع درآمدی (اقتصادی و اجتماعی)									

نمودار ۹: شکل بوم کسب‌وکار اجتماعی با رویکرد کارآفرینی اجتماعی (Shahin, 2020)

استفاده کرده است، این یک محدودیت محسوب می‌شود و ممکن است پژوهش‌های مرتبط بیشتری نیز وجود داشته باشد.

این پژوهش، برای تحقق این اهداف، طرح کارآفرینی معلولان را در صنایع دستی دنبال می‌کند و در آینده در نظر دارد زمینه عملی تأمین نیازهای خاص کسب‌وکار اجتماعی معلولان را با رویکرد مشارکتی در همه فعالیت‌های گردشگری فراهم کند.

با توجه به اینکه این پژوهش ادامه پژوهش‌ها و مطالعات علم‌سنجی کارآفرینی در کشورهای متعدد و تحلیل‌های استنادی مقالات و پژوهش‌های انجام‌شده با تفسیر کاربردی است، می‌توان آن را نقطه قوت در نظر گرفت. به این معنی که نتایج این بررسی می‌تواند شکاف‌های دانشی و مسائل مهمی را برای پژوهش‌های آینده شفاف‌تر بیان کند. همچنین، با توجه به اینکه این پژوهش از روش علم‌سنجی و پایگاه‌های علمی و موتورهای جست‌وجو با دو زبان فارسی و انگلیسی

پیوست یک) بخشی از پرسش‌نامه و مشخصات مصاحبه‌شوندگان
 گزارش تهیه و تحلیل شد که به بخشی از اطلاعات مربوط به پرسش‌نامه و تحلیل انجام‌شده آن‌ها اشاره بر این اساس، نتایج پرسش‌نامه‌ها در قالب ۱۶ شده است.

تعداد	نوع	مشخصات مصاحبه‌شوندگان
۱۶	دکتری	آخرین مدرک تحصیلی
۶	استاد	مرتبه علمی
۶	دانشیار	
۴	استادیار	
۱۲	هیئت علمی دانشگاه	سابقه فعالیت اجرایی
۴	مدیر صنعت	
همه اعضای نمونه بیشتر از ۱۰ سال سابقه فعالیت علمی یا مدیریتی در زمینه موضوع پژوهش داشتند.		سابقه کار

پیوست دو) پرسش‌نامه گام کمی تحقیق

به نام خدا

با سلام
پاسخ‌دهنده عزیز

این پرسش‌نامه برای رساله دکتری تهیه شده و هدف محقق از این مطالعه «طراحی مدل کارآفرینی اجتماعی در صنعت گردشگری با تأکید بر کارآفرینی معلولان» است. بنابراین، پاسخ‌های دقیق و با تأمل شما اینجانب را در اجرای این تحقیق یاری خواهد کرد. بدیهی است پرسش‌نامه بدون نام خواهد بود و پاسخ‌های شما تنها با توجه به اهداف پژوهشی تحقیق حاضر استفاده خواهند شد. خواهشمندم هیچ سؤالی را بدون پاسخ نگذارید.

بخش اول: هرکدام از موارد زیر تا چه حد در توسعه خدمات خرده‌فروشی مؤثر هستند؟

<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	خلق ارزش فردی برای مشتریان
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	خلق ارزش اجتماعی برای مشتریان
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	خلق ارزش زیست‌محیطی برای مشتریان
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	نگرش مشتریان
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	نگرش جامعه
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	منافع مرتبط با مشتری و بازار
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	ایجاد ارزش برای مشتری
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	ایجاد ارزش برای جامعه
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	سیاست‌گذاری در توسعه زیرساخت‌ها



<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	سیاست‌گذاری در نوآوری و دسترس‌پذیری خدمات
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	نوآوری در خدمات
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	نوآوری در ارتباط با مشتری
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	سیاست‌های حاکمیتی دولت
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	سیاست‌های حمایتی دولت
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	نسل جدید رقبا
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	دانش و اطلاعات عمومی
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	دانش و مهارت تخصصی
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	سخت‌افزار و محیط فیزیکی
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	نرم‌افزار و شبکه
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	عوامل سیاسی و قانونی
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	عوامل اقتصادی
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	عوامل فرهنگی و اجتماعی
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	عوامل فیزیکی و موقعیت مکانی
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	عوامل فناوریانه
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	شایستگی مدیریت
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	قابلیت‌های کارکنان
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	تقسیم کار و وظایف
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	نظارت و کنترل
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	زنجیره ارزش
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	بازاریابی و تبلیغات
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	انسجام راهبردی
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	تعامل اجتماعی
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	قابلیت‌های اخلاقی
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	منافع مرتبط با سازمان
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	شیوه نوین کسب‌وکار
<input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> زیاد	<input type="checkbox"/> متوسط	<input type="checkbox"/> کم	<input type="checkbox"/> خیلی کم	توجه به محیط زیست و مسئولیت اجتماعی



بخش دوم: اطلاعات فردی شما بخشی از پژوهش است و همچون سایر پاسخ‌های شما محفوظ خواهد بود.

مشخصات عمومی: جنسیت: مرد □ زن □ سن: ----- سطح تحصیلات: -----
شغل: ----- سابقه کار: -----

با سپاس مجدد از همکاری، همیاری و صرف وقت شما

تاج‌زاده، ابوالفضل، ضرغام، حمید و اسفندیار، کوروش (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر تمایل به کارآفرینی در گردشگری (مطالعه موردی: دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبایی). پایان‌نامه کارشناسی ارشد - مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبایی، تهران. <https://rah.irandoc.ac.ir>

حشمتی‌فر، لیلا، لیاقتدار، محمدجواد و عابدی، احمد (۱۳۹۹). فراتحلیل همبسته‌های روان‌شناختی کارآفرینی در ایران. فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، ۱۳(۱)، ۷۰-۵۵. <https://doi.org/10.48308/jcoc.2021.100600>

حمدی‌پور، افشین و سعادت‌راد، افسانه (۱۳۹۸). مطالعات علم‌سنجی حوزه کارآفرینی سال‌های ۲۰۱۷-۲۰۰۰، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و کسب‌وکار، تبریز. <https://civilica.com/doc/828292>

دستیار، وحید و محمدی، اصغر (۱۳۹۷). سنجش توانمندسازی معلولان جسمی و عوامل مرتبط با آن. مجله توان‌بخشی، ۹(۴)، ۳۶۸-۳۵۵. <http://dx.doi.org/10.32598/tj.19.4.354>

رستگار، عبدالغنی، پیرزاد، زهرا و دریایی، نعیمه (۱۳۹۸). عوامل بازدارنده و پیش‌برنده در کارآفرینی معلولان، سومین کنفرانس بین‌المللی تحولات مدیریت، تهران. <https://civilica.com/doc/949415>

شاهین، ترسا (۱۳۹۸). مقدمه‌ای بر کارآفرینی اجتماعی، ترجمه علی‌اصغر سعادت‌آبادی. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).

فلاح، محمدرضا (۱۳۹۸). ارائه مدل پارادایمی مفهوم‌سازی کسب‌وکارهای فراگیر اجتماعی با رویکرد فواترکیب. چشم‌انداز مدیریت بازرگانی،

منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است

ابراهیمی‌نژاد، مهدی، سپهرنیا، احمد و عسکری باقرآبادی، محبوبه (۱۳۹۷). شناسایی و اولویت‌بندی موانع اشتغال معلولان حرکتی در بخش خصوصی از دیدگاه کارآفرینان و معلولان. مجله مطالعات ناتوانی، ۸(۷۹)، ۸-۱. <http://doi.net/dor/20.1001.1.23222840.1397.8.0.627>

اکبری، مرتضی، دلبری‌راغب، فاطمه، ذوالفقاری، عاطفه، کلانکی، ابوالفضل و رازی، سمیرا (۱۳۹۴). ترسیم نقشه دانش کارآفرینی بر مبنای مقالات علمی و پژوهشی در ایران. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۳(۴)، ۱۱۱۳-۱۰۹۱. <https://sid.ir/paper/196333/fa>

انوری، شاپور، عطائی، محمد و طاهرپور کلانتری، حبیب‌الله (۱۳۹۹). رفتار کارآفرینان مستقل در ایران. پژوهش‌های مدیریت راهبردی، ۲۶(۷۷)، ۱۴۸-۱۲۷. <https://sanad.iau.ir/journal/smr/Article/678634?jid=678634>

باصولی، مهدی، هاشمی، سیدسعید، ایمانی خوشخو، محمدحسین و میرغفوری، سیدحبیب‌الله (۱۳۹۸). طراحی مدل توسعه کارآفرینی گردشگری فرهنگی با استفاده از روش معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی (مورد مطالعه: شهر یزد). فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، ۸(۱۹)، ۸۳-۱۰۴. <https://doi.org/10.22034/JTD.2019.190606.1771>

باقری، افسانه، تقوی مریم‌آبادی، فاطمه و آراستی، زهرا (۱۳۹۴). شناسایی شایستگی‌های کارآفرینانه با تأکید بر معلولان جسمی - حرکتی. توسعه کارآفرینی، ۸(۲۹)، ۴۹۲-۴۷۳. <https://doi.org/10.22059/jed.2015.57646>



- مرادی، مسعود، ایمانی‌پور، نرگس، آراستی، زهرا و محمد کاظمی، رضا (۱۳۹۷). شناسایی ابعاد شکل‌گیری قصد کارآفرینانه در افراد فقیر بر مبنای رویکرد قابلیت‌ها. نشریه توسعه کارآفرینی، ۱۱(۴۰)، ۳۸۰-۳۶۱. <https://doi.org/10.22059/jed.2018.68132>
- مکی‌زاده، وحید و عزیززاده، سعاده (۱۴۰۰). واکاوی ابعاد کیفی عملکرد کارآفرینان معلول. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱۴(۵۱)، ۱۳۸-۱۱۹. <https://doi.org/10.22059/jed.2021.318359.653591>
- میرزامحمدی، مجید، حمدی، کریم و نوابخش، مهرداد (۱۳۹۹). طراحی مدل توسعه کارآفرینی افراد معلول و جانباز با رویکرد توانمندسازی. فصلنامه مدیریت کسب‌وکار، ۱۲(۴۷)، ۱۲۶-۱۰۴. <https://civilica.com/doc/1139972>
- نورپور، علی، ساکتی، پرویز و طاهرپور کلاتری، حبیب‌الله (۱۳۹۹). شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های غیرانتفاعی ایران. فصلنامه پژوهش اجتماعی، ۱۲(۴۸)، ۱۹۷-۱۷۴. https://jsr.riau.ac.ir/article_1906.html
- وفایی، احمدرضا، چراغعلی، محمودرضا، حسینی، سیدمحمدرضا و مستقیمی، محمودرضا (۱۳۹۹). طراحی الگوی مطلوب برای معلولین جسمی ایران با استفاده از رویکرد کارآفرینی اجتماعی. مجله مطالعات ناتوانی، ۱۰(۱)، ۱۶۳. <http://dorl.net/dor/20.1001.2.23222840.1399.10.0.199.8>
- وکیل‌الرعیاء، یونس و اقوامی، فرشاد (۱۳۹۸). تحلیل اثربخشی عوامل مؤثر بر اشتغال و راه‌اندازی کسب‌وکار معلولین. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۱۱(۳۹)، ۶۰-۵۱. <https://sanad.iau.ir/journal/jdem/Article/670266?jid=670266>
- هندیجانی‌فرد، مرتضی و حجازی، سیدرضا (۱۳۹۷). عوامل شناسایی در تصمیم کارآفرینانه اجتماعی در بستر اسلامی. مجله توسعه کارآفرینی، ۱۱(۳)، ۶۰۰-۵۸۱. <https://sid.ir/paper/131319/fa>
- ۱۸(۳۹)، ۱۰۱. <https://doi.org/10.29252/jbmp.18.39.101>
- کارپیشه، لیلا (۱۳۹۸). توسعه گردشگری مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی. جغرافیا و روابط انسانی، ۲۷(۷)، ۴۸۷-۴۷۶. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.26453851.1398.2.3.30.2>
- کربلایی اسماعیل، حمیدرضا، مینویی، مهرداد و حقیقت‌منفرد، جلال (۱۳۹۹ الف). تبیین ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر نقش دولت برای حمایت از اشتغال و ارتقای کارآفرینی افراد دارای معلولیت کشور. بررسی مسائل اقتصادی ایران، ۷(۱)، ۲۷۳-۲۴۵. <https://sid.ir/paper/1042456/fa>
- کربلایی اسماعیل، حمیدرضا، مینویی، مهرداد و حقیقت‌منفرد، جلال (۱۳۹۹ ب). طراحی مدل اشتغال حمایت‌شده دولتی در راستای توسعه کارآفرینی معلولان کشور. فصلنامه علمی رفاه اجتماعی، ۲۰(۷۹)، ۳۶۷-۴۰۷. <http://dorl.net/dor/20.1001.1.17358191.1399.20.79.3.5>
- کروبی، مهدی، ضیائی، محمود، محمودزاده، سیدمجتبی و فکری‌زاده، نازنین (۱۴۰۰). الگوی عوامل محیطی توسعه گردشگری برای معلولین. فصلنامه گردشگری و توسعه، ۱۰(۲۶)، ۳۲-۱۷. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.227721.2021>
- کریمی حصاری، فرشید، روستا، علیرضا و مرادی، سعید (۱۳۹۸). بررسی قصد کارآفرینی اجتماعی. فصلنامه گردشگری و توسعه، ۹(۲۲)، ۱۸۷-۱۷۳. <https://doi.org/10.22034/JTD.2019.205834.1557>
- کلایان مقدم، هما، مهارتی، یعقوب، اشرفی، مجید و خوراکیان، علیرضا (۱۳۹۹). شناسایی عوامل بر تشخیص فرصت‌ها برای خلق ارزش اجتماعی در ایران: نظریه‌پردازی داده‌بنیاد با رویکرد ظاهرشونده (گلیزری). نشریه علوم اجتماعی، ۱۷(۱)، ۱۴۱-۸۷. <https://www.doi.org/10.22067/social.2021.29569>



- Barraza, N., Cristia, J., Sepulveda, G., Munoz, A., & Montes, A. (2021). A Scientometric Systematic Review of Entrepreneurial Wellbeing Knowledge Production. *Frontiers in Psychology*, 12, 641465. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.641465>
- Basouli, M., Hashemi, S., Imani Khoshkhou, M. H., & Mirghaouri, S. H. (2019). Designing the Cultural Tourism Entrepreneurship Development Model Using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares. *Disability & Society*, 8(19), 83-104. <https://doi.org/10.22034/JTD.2019.190606.1771> [In Persian]
- Caldwell, K., Parker Harris, S., & Renko, M. (2016). Social Entrepreneurs with Disabilities: Exploring Motivational and Attitudinal Factors. *Canadian Journal of Disability Studies*, 5(1), 211-244. <https://doi.org/10.15353/cjds.v5i1.255>
- Caldwell, K., Parker Harris, S., & Renko, M. (2019). Inclusive management for social entrepreneurs with intellectual disabilities: "How they act". *Journal of Applied Research in Intellectual Disabilities*, 33(2), 1-15. <https://doi.org/10.1111/jar.12662>
- Csillag, S., Gyori, Z., & Svastics, C. (2019). Long and winding road? Barriers and supporting factors as perceived by entrepreneurs with disabilities. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 13(1/2), 42-63. <https://doi.org/10.1108/JEC-11-2018-0097>
- Dastyar, V., & Mohammadi, A. (2019). Investigating the Empowerment of the Physically-Handicapped People and Its Related Factors: A Cross-Sectional, Analytical Study in Kohgiluyeh and
- منابع**
- Akbari, M., Delbari Ragheb, F., Zolfaghari, A., Kalanaki, A., & Razi, S. (2016). Designing Knowledge Map of Entrepreneurship in Iran based on Iran's Persian Scientific Researches. *Organizational Culture Management*, 13(4), 1091-1113. <https://doi.org/1091-1112.10.22059/JOMC.2016.55429> [In Persian]
- Anvari, S., Ataee, A. A., & TaherpurKalantary, H. (2020). Designing and Determining the Validity and Reliability of a Typology of Teacher Support Strategy Tool in Sport Management. *Strategic Management Researches*, 26(77), 127-148. <https://doi.org/1001.1.22285067.1399.26.77.5.1> [In Persian]
- Aviles Hernandez, M., & Perez Perez, C. (2019). Psychological characteristics analysis that define a disabled entrepreneur. *Suma de Negocios*, 10(22), 9-18 <https://doi.org/10.14349/sumneg/2019.V10.N22.A2>
- Babaei Fishani, M., & Abbasi, E. (2019). Social entrepreneurship, A new Approach in Business. *Journal of Resistive Economics*, 8(1), 15-30. https://www.oajre.ir/article_125029.html
- Bagheri, A., Taghavi Maryam Abadi, F., & Arasti, Z. (2015). Identifying entrepreneurial competencies focusing on entrepreneurs with physical and mobility disabilities. *Entrepreneurship Development*, 8(3), 473-492. <https://doi.org/10.22059/JED.2015.57646> [In Persian]
- Bagheri, A., & Abbariki, M. (2017). Competencies of disabled entrepreneurs in Iran: implications for learning and development. *Disability and Society*, 32(1), 69-92. <https://doi.org/10.1080/09687599.2016.1268524>

- Grilo, R., & Moreira, A. C. (2022). The social as the heart of social innovation and social entrepreneurship: An emerging area or an old crossroads? *International Journal of Innovation Studies*, 6(2), 53–66. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2022.03.001>
- Hafiar, H., Subekti, P., Setianti, Y., & Asiah, N. (2021). Mapping of Research Publications Concerning Disabilities and Entrepreneurs as Scientific Communication Activities. *Nyimak Journal of Communication*, 13(1), 117-133. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v5i1.3664>
- Hamdipour, A., & SaadatiRad, A. (2017). Sscientometric study of scientific productions in the field of entrepreneurship and drawing its scientific structure in the Web of Science database during the years 2000–2017, the second international conference on management and business, Tabriz. <https://civilica.com/doc/828292> [In Persian]
- Happ, E., & Bolla, V. (2022). A Theoretical Model for the Implementation of Social Sustainability in the Synthesis of Tourism, Disability Studies, Special-Needs Education. *Sustainability*, 14(3), 1700. <https://doi.org/10.3390/su14031700>
- Heshmatifar, L., Liahatdar, M. J., & Abedi, A. (2021). A Meta-Analysis of Entrepreneurial Psychological Correlations in Iran. *Journal of Occupational and Organizationa*, 37(8), 761–779. <https://doi.org/10.48308/JCOC.2021.100600> [In Persian]
- Hendijani Fard, M., & Hejazi, S. R. (2018). Identifying factors influencing social entrepreneurial intentions in an Islamic context. *Journal of Entrepreneurship Development*, 11(3), 581–600. <https://doi.org/10.22059/jed.2018.260266.652633> [In Persian]
- Boyer–Ahmad Province in 2015. *Jrehab*, 19(4), 354–369. <https://doi.org/10.32598/rj.19.4.354> [In Persian]
- Day, J., & Mody, M. (2017). Social Entrepreneurship Typologies and Tourism: Conceptual Frameworks. In: Sheldon, P., Daniele, R. (eds) *Social Entrepreneurship and Tourism. Tourism on the Verge*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-46518-0_4
- Der Foo, M., Vissa, B., & Wu, B. (2020). Entrepreneurship in emerging economies. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14(3), 289-301. <https://doi.org/10.1002/sej.1363>
- Ebrahimi, M., Sepehrnia, A., & Askari Baqerabadi, M. (2018). Identifying and Prioritizing the Barriers to Employment of motional disabled People in the Private Sector from the Perspective of Entrepreneurs and disabled People with the ANP Approach. *Journal of Disability Studies*, 8(79), 1–8. <http://jdisabilstud.org/article-1-900-fa.html> [In Persian]
- Erwin, E. J., Brotherson, M. J., & Summers, J. A. (2011). Understanding Qualitative Metasynthesis: Issues and Opportunities in Early Childhood Intervention Research. *Journal of Early Intervention*, 33(3), 186–200. <https://doi.org/10.1177/1053815111425493>
- Fallah, M. R. (2018). Presenting a Paradigmatic Model of Conceptualizing Social Inclusive Businesses with a Meta-Synthesis Approach. *Journal of Business Management Perspective*, 18(39), 101. <https://doi.org/10.29252/jbmp.18.39.101> [In Persian]
- Garcia, A., Perez, J., & Nova, J. (2021). A New Approach to Social Entrepreneurship: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Sustainability*, 13(5), 2754. <https://doi.org/10.3390/su13052754>



- and Human Relationships, 2(3), 476-487. <https://doi.org/20.1001.1.26453851.1398.2.3.30.2> [In Persian]
- Klangboonkrong, T., & Baines, N. (2022). Disability entrepreneurship research: Critical reflection through the lens of individual-opportunity nexus. *Strategic Change*, 31(4), 427-445. <https://doi.org/10.1002/jsc.2513>
- Makizadeh, V., & Azizzadeh, S. (2021). Analyzing the qualitative dimensions of the performance of disabled entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship Development*, 14(1), 119-138. <https://doi.org/10.22059/jed.2021.318359.653591> [In Persian]
- Martin, B. C., & Honig, B. (2020). Inclusive Management Research: Persons with Disabilities and Self-Employment Activity as an Exemplar. *Journal of Business Ethics*, 166(3), 553-575. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04122-x>
- Mirzamohammadi, M., Hamdi, K., & Navabakhsh, M. (2020). Designing an entrepreneurship development model for people with disabilities and veterans with an empowerment approach. *Journal of Business Management*, 12(47), 104-126. <https://doi.org/20.1001.1.22520104.1399.12.47.6.5> [In Persian]
- Millan Jimenez, A., & García Escribano, J. J. (2019). Entrepreneurship in people with disabilities. Cultural and social aspects. *Suma de Negocios*, 10(22), 27-34. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2019.V10.N22.A4>
- Miller, D., & Le Breton-Miller, I. (2017). Underdog entrepreneurs: A model of challenge-based entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 7-17. <https://doi.org/10.1111/etap.12253>
- Mitra, J., & Berg, S. (2018). Entrepreneurship Education and Learning Systems: Developing
- Hsieh, Y. C., Molina, V. M. J., & Weng, J. (2019). The road to entrepreneurship with impairments: A challenges-adaptive mechanisms-results model for disabled entrepreneurs. *International Small Business Journal*, 37(8), 761-779. <https://doi.org/10.1177/0266242619867654>
- Kalalian Moghadam, H., Maharti, Y., Ashrafi, M., & Khorakian, A. (2020). Identifying Effective Factors on the Recognition of Opportunities for Creating Social Value in Iran: Glaserian Grounded Theory. *Ferdowsi University of Mashhad Journal of Social Sciences*, 17(1), 141-87. <https://doi.org/10.22067/social.2021.29569> [In Persian]
- Karbalaei Esmaeil, H. R., Minooi, M., & Hagheghat Monfad, J. (2020a). Explain the dimensions and components affecting the role of government to support employment and promote entrepreneurship of people with disabilities in Iran. *Journal of Iranian Economic Issues*, 7(1), 247-273. <https://doi.org/10.30465/ce.2020.5957> [In Persian]
- Karimi Hesari, F., Rousta, A., & Moradi, S. (2020). An Assessment of Social Entrepreneurial Intention of Students in the Tourism Industry: A Focus on the Educational Role of Universities. *Journal of Tourism and Development*, 9(1), 173-187. <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.205834.1857> [In Persian]
- Karoubi, M., Ziaee, D. M., Mahmoudzadeh, S. M., & Fekrizad, N. (2021). Model of Environmental Factors of Accessible Tourism Development for People with Physical Disabilities (Case: Tehran). *Journal of Tourism and Development*, 10(1), 17-32. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.227721.2021> [In Persian]
- Karpisheh, L. (2019). Tourism-Based Social Entrepreneurship Development. *Geography*

- Disabilities: From Skills to Social Value. *Frontiers in Psychology*, 12, 699833. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.699833>
- Rastear, A., Pirzad, Z., & Daryaie, N. (2018). Identifying the inhibiting and promoting factors in the entrepreneurship of the disabled, 3rd International Conference on Modern Development in Management, Economics and Accounting, Conference paper. <https://civilica.com/doc/949415> [In Persian]
- Renko, M., Harris, S. P., & Caldwell, K. (2016). Entrepreneurial entry by people with disabilities. *International Business Journal*, 34(5), 555-578. <https://doi.org/10.1177/0266242615579112>
- Roy, R., & Das, N. (2019). A critical comparison of factors affecting science and technology students' entrepreneurial intention: A tale of two genders. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 20, 49-77. <https://doi.org/10.1007/s10775-019-09393-4>
- Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social Entrepreneurship Research: Past Achievements and Future Promises. *Journal of Management*, 45(1), 70-95. <https://doi.org/10.1177/0149206318793196>
- Sarker, D. (2020). Discrimination against people with disabilities in accessing microfinance. *Alter*, 14(4), 318-328. <https://doi.org/10.1016/j.alter.2020.06.005>
- Shahin, T. (2020). Introduction to social entrepreneurship. Ali Ashar Saadabadi, (Translators), Tehran: Imam Sadiq University (AS). ISBN:9786002147608 [In Persian]
- Tajzadeh, A., Zarham, H., & Esfandiari, K. (2018). Factors affecting the willingness to be an entrepreneur in tourism (Case study: a Holistic Approach to Entrepreneurial Universities and their Ecosystems. *European Journal of Education*, 1(2), 29-48 <https://doi.org/10.26417/ejed.v1i2.p29-48>
- Moradi, M., Imanipour, N., Arasti, Z., & Mohammadkazemi, R. (2018). Identification of different dimensions of entrepreneurial intention in poor people based on the capabilities approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, 11(2), 361-380. <https://doi.org/10.22059/jed.2018.68132> [In Persian]
- Mota, I., Marques, C., & Sacramento, O. (2020). Handicaps and new opportunity businesses: what do we (not) know about disabled entrepreneurs? *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 14(3), 321-347. <https://doi.org/10.1108/JEC-12-2019-0120>
- Mulyaningsih, H. D. (2021). Social Entrepreneurship Model Based on Quadruple Helix Collaboration: Economic Empowerment in Disabilities Community. *Journal of Social Entrepreneurship Theory and Practice*, 1(1), 1-11. <https://doi.org/10.31098/jsetp.v1i1.647>
- Norpour, A., Sakti, P., & Taherpour, H. (2020). Identification and ranking of factors affecting social entrepreneurship (in Iranian non-profit organizations). *Journal of Social Research*, 12(48), 174-197. https://jsr.riau.ac.ir/article_1906.html [In Persian]
- Norstedt, M., & Germundsson, P. (2023). Motives for entrepreneurship and establishing one's own business among people with disabilities: Findings from a scoping review. *Disability & Society*, 38(2), 247-266. <https://doi.org/10.1080/09687599.2021.1919504>
- Ortiz Garcia, P., & Olaz Capitan, A. J. (2021). Entrepreneurship for People With



- Vafaei, A., Cheraghali, M. R., Hosseini, S. M. R., & Mostagimi, M. R. (2020). Designing an Entrepreneurial Desirable Pattern for Individuals With Physical Disabilities Using an Entrepreneurial Outlook. *MEJDS*, 10(1), 163-163. <http://jdisabilstud.org/article-1-2029-fa.html> [In Persian]
- VakilAlroaia, Y., & Aghvami, F. (2020). Analysis of the Effectiveness Factors Influencing the Disabilities and Employment. *Journal of Development & Evolution Mngement*, 39(11), 51-60. <https://sanad.iau.ir/journal/jdem/Article/670266?jid=670266> [In Persian]
- Widoyoko, S. E. P., Setiawan, B., Sholeh, K., & Shina, M. I. (2018). Model of Entrepreneurship for People with Disabilities. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 54, p. 06008). EDP Sciences. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20185406008>
- Master's students in Tourism Management of Allameh Tabatabai University). M.Sc. Thesis. [In Persian]
- Tam, H. L., Asamoah, E., & Chan, A. Y. F. (2021). Developing Social Entrepreneurship as an Intervention to Enhance Disadvantaged Young People's Sense of Self-Worth and Career Competence in Hong Kong. *Applied Research Quality Life*, 16(6), 2497-2526. <https://doi.org/10.1007/s11482-021-09917-7>
- Terziev, V., Bencheva, N., Stoeva, T., & Georgiev, M. (2020). Developing Social Entrepreneurship in the EU: A Cross-Country Analysis. *IJASOS-International E-Journal of Advances in Social Sciences*, 6, 37-44. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3525681>
- Tisma, S., Malekovic, S., Jelincic, D. A., Skrtic, M., & Keser, I. (2022). From Science to Policy: How to Support Social Entrepreneurship in Croatia. *Journal JRFM*, 15(1), 10.3390. <https://doi.org/10.3390/jrfm15010023>