



جغرافیا و روابط انسانی، پاییز ۱۴۰۵، دوره ۹ شماره ۳، صص ۷۷-۱۰۳

کارآفرینی اجتماعی و نقش آن در توسعه پایدار گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر مشهد)

عاطفه اقه رو چابکی^۱، نازنین تبریزی^{۲*}، مهدی رمضانزاده لسبویی^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

۲- دانشیار، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

۳- دانشیار، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۲۹

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۸/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۱۵

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه پایدار گردشگری شهری در مشهد انجام شده است. شهر مشهد به عنوان یکی از مقاصد مهم زیارتی و گردشگری کشور با چالش‌هایی چون فشار بر زیرساخت‌ها و نیاز به حفظ منابع فرهنگی و طبیعی روبه‌رو است و کارآفرینی اجتماعی می‌تواند راهکاری نوآورانه برای حل مسائل اجتماعی و ارتقای کیفیت گردشگری پایدار باشد. روش تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-تحلیلی است که داده‌ها به شیوه کتابخانه‌ای و پیمایشی گردآوری شده و جامعه آماری آن شهروندان مشهد که ارتباط مستقیم و غیر مستقیم با گردشگران داشته‌اند، بودند؛ نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده انجام و ۳۸۲ پرسشنامه معتبر تحلیل شد. یافته‌ها نشان داد کارآفرینی اجتماعی تأثیر معناداری بر توسعه پایدار گردشگری شهر مشهد دارد و مؤلفه‌هایی چون تقویت تعاملات اجتماعی، اعتماد اجتماعی، انسان‌دوستی، گسترش امنیت، رفتارهای نوآورانه و ایده‌های امیدبخش در این فرایند اثرگذارند، همچنین آموزش اجتماعی و پویایی اجتماعی و اشتغال‌زایی و توانمندسازی تأثیر معناداری داشتند. نتایج بحث بیانگر آن است که کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به عنوان ابزاری مؤثر برای توانمندسازی جوامع محلی، ارتقای کیفیت خدمات گردشگری و تقویت سرمایه اجتماعی به کار گرفته شود. از نظر کاربردی، توجه مدیران شهری و فعالان گردشگری به حمایت از کارآفرینان اجتماعی، طراحی سیاست‌های حمایتی و ترویج رویکردهای نوآورانه می‌تواند زمینه ارتقای جایگاه مشهد به عنوان مقصدی پایدار و جذاب را فراهم آورد.

کلمات کلیدی: کارآفرینی اجتماعی_ گردشگری شهری_ توسعه پایدار_ شهر مشهد

کارآفرینی اجتماعی از اصول کسب و کار برای ایجاد تأثیرات اجتماعی استفاده کرده و ارزش اجتماعی را با استفاده از راه حل های نوآورانه ای که به منابع کمی نیاز دارد، ایجاد می نماید (Sarachaga & Montes, 2022). کارآفرینی اجتماعی پدیده ای کاملاً جدید و پیچیده است. نویسندگان مختلف تعاریف مختلفی از کارآفرینی اجتماعی ارائه می دهند. در آنها مولفه هایی از عدالت اجتماعی، ارزش اجتماعی، ساختارهای اجتماعی-اقتصادی پایدار، ایجاد تعادل جدید، به کارگیری نوآوری، مهارت های کارآفرینی، شکاف های بازار، حل مشکلات اجتماعی تا کارآفرین اجتماعی به عنوان عامل تغییر متغیر است (Sekliuckiene & Kisieliusb, 2015). کار آفرینی اجتماعی به افراد و نهادهای تجاری مربوط میشود که به طور خاص برای اهداف اجتماعی درگیر فعالیت های کارآفرینانه هستند (Guptaa et al, 2020). کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک رویکرد نوآورانه برای مقابله با نیازهای پیچیده اجتماعی در حال ظهور است (Muli & Arasa, 2019). در حالی که کارآفرینی اجتماعی ضمن داشتن مزایای و تأثیرات اقتصادی از اهمیت و مزیت هایی برخوردار است با که اصول و ارزشهای بنیادین انسان گرایی، عدالت، اجتماع محوری، نوع دوستی، اخلاق مداری و تامین اجتماعی هم خوانی دارد (کارپیشه، ۱۳۹۸). فرآیند توسعه ابتکارات کارآفرینی اجتماعی با بهره برداری از روابط فعال با ذینفعان مختلف آغاز می شود و با این چشم انداز هدایت می شود که کارآفرین اجتماعی به وضوح می بیند و به طور هدفمند برای دستیابی به ارزش آفرینی اجتماعی و انتقال موفقیت آمیز ابتکار به دیگران تلاش می کند (Ho & Yoon, 2022). کارآفرینی اجتماعی اغلب توسط انگیزه های اجتماعی مانند نوع دوستی و شفقت یا انگیزه های خودمحور مانند ارتقای خود، تلاش برای موقعیت، خودشکوفایی، نیاز به موفقیت یا نزدیکی به یک مشکل اجتماعی صورت می گیرد (Tucker & Croom, 2021). کارآفرینان اجتماعی در رفتارهای کارآفرینانه از جمله نوآوری، شناسایی فرصت ها و بهره برداری، و بسیج منابع حول یک راه حل فناورانه شرکت می کنند. اما رفتارهای کارآفرینانه اجتماعی عمدتاً برای دستیابی به مأموریت اجتماعی استفاده می شود (Gali et al, 2020). اهمیت کارآفرینی اجتماعی در آموزش کسب و کار به عنوان راهی برای آموزش اخلاق و القای استاندارد های اخلاقی بالا در افراد، در حال افزایش است (Awaysheh & Bonfiglio, 2017).

گردشگری یکی از پویاترین بخش های اقتصادی با گستره جهانی قابل توجه است و می تواند سهم مهمی در دستیابی به اهداف توسعه پایدار، به ویژه در زمینه های ایجاد شغل، مصرف و تولید پایدار و حفظ منابع طبیعی داشته باشد (UNWTO, 2015). گردشگری پایدار با گنجاندن اصول پایداری در شیوه های گردشگری، تلاش می کند تا از سرزندگی پایدار مقاصد اطمینان حاصل کند و در عین حال تجربیات مفیدی را برای مسافران ارائه دهد (Wu et al, 2014). مفاهیم مهمی که کارآفرینی اجتماعی را احاطه می کند شامل ایجاد ارزش اجتماعی، نوآوری اجتماعی و پایداری است. اینها همچنین اهمیت کارآفرینی اجتماعی در صنعت گردشگری را در بر می گیرد (Aquino et al,

2018). کارآفرینی اجتماعی از طریق فعالیت‌های مرتبط با خود تأثیر مثبتی بر توسعه پایدار دارد، ایجاد اشتغال را تسهیل می‌کند (Méndez-Picazo, et al, 2021). کارآفرینی اجتماعی به طور فزاینده‌ای به عنوان یک استراتژی توسعه گردشگری پذیرفته می‌شود که نوید تغییرات مثبت جامعه را می‌دهد (Aquino, 2022). با در نظر گرفتن بستر عمل، مأموریت‌های اجتماعی، ذینفعان و شرایط جغرافیایی، کارآفرینی اجتماعی گردشگری می‌تواند به عنوان عاملی برای توسعه جوامع میزبان دیده شود. با این حال امروزه، درک محدودی از این که چگونه کارآفرینی اجتماعی گردشگری می‌تواند تسریع کننده توسعه پایدار اجتماعات باشد، موجود است (کارپیشه، ۱۳۹۸).

شهر مشهد به دلیل دارا بودن تنوع گردشگری از جمله مذهبی، فرهنگی-تاریخی و طبیعی و یکی از کلان شهرهای بزرگ و مهم مورد توجه بسیاری از گردشگران است. حجم زیاد گردشگران ورودی به این شهر باعث ایجاد مشکلات بسیار زیاد اجتماعی و زیست محیطی شده است. چالش‌های زیادی در صنعت گردشگری شهر مشهد وجود دارد از جمله بافت قدیمی زائرسراها، ناکامی در ساماندهی گردشگران خارجی، توجه فقط به یک نوع گردشگری در این شهر از جمله چالش‌هایی است که شهر مشهد با آن مواجه است. با توجه به اثرات کارآفرینی اجتماعی و چالش‌های گردشگری در شهر مشهد به بررسی نقش کارآفرینی اجتماعی و نحوه تأثیرگذاری آن بر توسعه پایدار گردشگری در شهر مشهد مورد توجه قرار گرفته است.

امروزه نقش کارآفرینی در گردشگری بسیار مورد توجه همگان از جمله محققان قرار گرفته است اما بیشتر تحقیقاتی که انجام شده است بر جنبه اقتصادی کارآفرینی نگاه شده است و بر تأثیر کارآفرینی اجتماعی بر صنایع گردشگری و همچنین تأثیر آن بر توسعه پایدار گردشگری مورد توجه نبوده است. همچنین نقش کارآفرینی اجتماعی در گردشگری شهرهای مذهبی تا کنون اشاره نشده است. مطالعه حاضر به موضوع کارآفرینی اجتماعی و نقش آن در توسعه پایدار گردشگری شهری در شهر مشهد می‌پردازد.

۲. پیشینه پژوهش

پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که کارآفرینی اجتماعی به عنوان رویکردی نوین در توسعه پایدار، به طور گسترده مورد توجه محققان قرار گرفته است. در پژوهش Rahdari و همکاران (۲۰۱۶) مشخص شد که کارآفرینی اجتماعی با ایجاد پیوند میان نوآوری و مسئولیت اجتماعی می‌تواند به تحقق اهداف پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی کمک کند و ساختارهای نهادی نقش کلیدی در تقویت موفقیت این کسب و کارها دارند. Aquino و همکاران (۲۰۱۸) با ارائه چارچوبی مفهومی، کارآفرینی اجتماعی در گردشگری را به عنوان راهبردی برای توسعه پایدار جوامع معرفی کرده و بر اهمیت آن در تقویت انسجام اجتماعی و بهبود کیفیت زندگی جامعه میزبان تأکید نموده‌اند. در همین راستا، Irawan و همکاران (۲۰۱۹) نشان دادند که ابعاد انسان‌محور کارآفرینی اجتماعی همچون اعتماد، وجدان، معنویت و انسان‌دوستی موجب ارتقای سرمایه اجتماعی، افزایش همکاری و کمک متقابل در جامعه می‌شود. Wani و همکاران

(۲۰۲۴) نیز با تحلیل مدل معادلات ساختاری نتیجه گرفتند که توانمندسازی جامعه و حمایت محلی اثر مستقیمی بر توسعه پایدار گردشگری دارد و به نوعی زیربنای مشارکت مردمی در فرآیند توسعه است. افزون بر این، Nieuwland و Lavanga، (۲۰۲۰) با تمرکز بر شهر روتردام نشان دادند که کارآفرینان خلاق نقشی محوری در شکل‌گیری گردشگری پایدار و خلاق دارند، هرچند در تصمیم‌گیری‌های رسمی اغلب نادیده گرفته می‌شوند.

از منظر عوامل اقتصادی و نهادی، یافته‌های Méndez-Picazo و همکاران (۲۰۲۱) بیانگر آن است که نوآوری، ارتقای سرمایه انسانی، کاهش فساد و بهبود سیاست‌های نهادی در رشد کارآفرینی اجتماعی و اثرگذاری آن بر توسعه پایدار نقشی تعیین‌کننده دارند. Chandra و همکاران (۲۰۲۱) نیز با بررسی انگیزه‌های عمومی و خصوصی در کارآفرینی اجتماعی، نشان دادند که گرایش به ارزش‌هایی مانند عدالت اجتماعی و تمایل به خدمت‌رسانی، بیش از انگیزه‌های صرفاً مالی می‌تواند توسعه پایدار را تقویت کند. در همین ارتباط، Aquino (2022) بر این نکته تأکید داشت که کارآفرینی اجتماعی در گردشگری می‌تواند تغییرات مثبت یا حتی منفی در جوامع میزبان ایجاد کند و این امر به شرایط نهادی و محلی بستگی دارد. همچنین، Li و همکاران (۲۰۲۲) به نقش خلق ارزش اجتماعی از طریق گردشگری در تقویت پایداری زیست‌محیطی پرداخته و Deep (2023) مشارکت جامعه در برنامه‌ریزی شهری را عاملی اساسی برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار معرفی کرده است. یافته‌های Tam و همکاران (۲۰۲۴) نیز نشان داد که آموزش کارآفرینی اجتماعی نه تنها بر افزایش قابلیت اشتغال جوانان تأثیر دارد، بلکه موجب رشد روانشناختی، افزایش عزت نفس و تقویت انگیزه مشارکت آنان در توسعه پایدار می‌شود.

در پژوهش‌های داخلی نیز شواهد مشابهی گزارش شده است. برای مثال، فلاح تفتی و همکاران (۱۴۰۰) به این نتیجه رسیدند که بهره‌گیری خلاقانه از منابع محدود، یکی از مؤثرترین معیارهای موفقیت در کارآفرینی اجتماعی روستایی و توسعه گردشگری پایدار در استان گیلان است. همچنین، شجاعی و همکاران (۱۳۹۹) با بررسی نمونه‌ای در استان چهارمحال و بختیاری نشان دادند که کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق توسعه فرهنگی به ارتقای توسعه اقتصادی کمک کند. یافته‌های صدری و همکاران (۱۳۹۷) نیز بیانگر آن بود که ایجاد پیاده‌راه‌ها و فضاهای شهری کارآمد باعث افزایش تعاملات اجتماعی و ارتقای کیفیت زندگی شهری می‌شود. در همین راستا، فیروزآبادی و دباغی (۱۳۹۴) بر نقش توانمندسازی محلی و تقویت رویکردهای نوآورانه در توسعه پایدار تأکید کرده‌اند. به طور کلی نتایج این پژوهش‌ها آشکار می‌سازد که کارآفرینی اجتماعی با ابعاد هم‌چون نوآوری، توانمندسازی، تعاملات اجتماعی، عدالت، نوع‌دوستی و خلق ارزش اجتماعی پیوند خورده است. حاصل این فرایند نه تنها تقویت سرمایه اجتماعی و افزایش مشارکت جامعه میزبان است، بلکه موجب ایجاد تغییرات مثبت در ساختارهای اقتصادی، فرهنگی و زیست‌محیطی نیز می‌شود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان بستری مؤثر، قابلیت آن را دارد که مسیر دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری را هموار سازد.

کارآفرینی اجتماعی با تقویت مشارکت جوامع محلی، زمینه‌ساز توسعه گردشگری می‌شود. این فرآیند نه تنها به ارتقای همبستگی و مشارکت جمعی منجر می‌گردد، بلکه ظرفیت نوآوری را در میان ساکنان افزایش داده و رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری را تقویت می‌کند. در نتیجه، ابتکارات محلی در چارچوب گردشگری پایدار شکل گرفته و استمرار می‌یابند (Sulaiman et al, 2024). مواجهه با خدمات گردشگری اغلب فرصت‌هایی برای برقراری ارتباط فراتر از کارکنان ارائه می‌دهد (Wong & Lin, 2021). گردشگری به‌عنوان یک پلتفرم اجتماعی عمل می‌کند که در آن غریبه‌ها با یکدیگر تعامل می‌نمایند و گردشگران به‌طور منظم از طریق تعاملات گذرا از مهربانی دیگران بهره‌مند می‌شوند (Zhou, 2020). ادبیات گردشگری، تعاملات اجتماعی را به‌مثابه مهارت‌هایی قابل یادگیری و تقویت در افراد معرفی می‌کند (Goolaup et al, 2025). در این میان، رفتارهای انسان‌دوستانه به‌عنوان یکی از ابعاد کارآفرینی اجتماعی، با گرایش به کمک به هم‌نوع و ایجاد عدالت در بهره‌مندی از منابع همراه است که نتیجه آن کاهش تضادهای طبقاتی و اجتماعی خواهد بود (پرپنچی و همکاران، ۱۴۰۰). درک کلاسیک انسان‌دوستی بر حسن نیت جهانی نسبت به هم‌نوعان تأکید دارد، اما در نگاه معاصر، این مفهوم به‌صورت فعال در ترویج رفاه اجتماعی در سطح جهانی معنا می‌یابد (Novelli et al, 2015). در همین راستا، سفرهای بشردوستانه با هدف کمک مستقیم به نیازهای مقاصد طراحی می‌شوند (Ardoin et al, 2016). از دیگر ابعاد مهم کارآفرینی اجتماعی در حوزه گردشگری، مقوله امنیت است. احساس امنیت در گردشگران نه تنها بُعد فردی، بلکه کارکردهای اجتماعی نیز دارد و اختلال در آن می‌تواند منجر به بروز احساس ناامنی در مقاصد شود. امنیت مفهومی چندبعدی است که برداشت‌های متنوعی از آن وجود دارد (باقریان جلودار و همکاران، ۱۳۹۷). امروزه ایمنی و امنیت از

¹ Social Entrepreneurship Education

اولویت‌های اصلی گردشگران در انتخاب مقصد به شمار می‌رود (Nas, 2024). همچنین، اعتماد اجتماعی به‌عنوان نیاز بنیادین هر انسان، نقشی تعیین‌کننده در پایداری تعاملات گردشگری دارد. اعتماد، بیانگر گرایش فرد یا جامعه به اعتماد به دیگران و باور به خیرخواهی آن‌ها است (Justwan & Fisher, 2016). هرچند اعتماد اجتماعی اثر مثبتی بر توسعه گردشگری دارد، اما افزایش بیش‌ازحد آن می‌تواند مانع رشد متوازن شود و از این‌رو نیازمند برقراری تعادل است (Kim et al, 2020).

از سوی دیگر، آموزش اجتماعی به‌عنوان بعدی دیگر از کارآفرینی اجتماعی، در زمینه توسعه فردی و اجتماعی جوامع محلی نقش کلیدی ایفا می‌کند (Araujo et al, 2024). یکی از دستاوردهای مثبت این آموزش‌ها، تخصیص منابع مالی برای برنامه‌های زیست‌محیطی و ارتقای آگاهی جامعه در زمینه محیط‌زیست است (Kummitha et al, 2023). در نتیجه، آموزش محلی می‌تواند موجب مشارکت بیشتر و تقویت بنیان‌های گردشگری پایدار شود (Movahed et al, 2024). علاوه بر آن، خلاقیت و نوآوری اجتماعی به‌عنوان محرک‌های اصلی توسعه پایدار گردشگری مطرح می‌شوند. خلاقیت شرط ضروری نوآوری است و از طریق تولید ایده‌های نو و مفید، زمینه تحقق انواع نوآوری‌های فناوری، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی را فراهم می‌سازد (ملایی و همکاران، ۱۳۹۵؛ Morozova et al, 2023). نوآوری اجتماعی شامل فعالیت‌ها و خدمات نوآورانه‌ای است که با اهداف اجتماعی دنبال می‌شوند (Sarachaga & Montes, 2022). کارکنانی که دارای کنجکاوی و آگاهی گردشگری بیشتری هستند، تمایل بالاتری به رفتارهای نوآورانه دارند که این امر می‌تواند به ارتقای نوآوری و پایداری در خدمات گردشگری منجر شود (Astuti et al, 2024؛ Melhem et al, 2020). اشتغال نیز یکی از مؤلفه‌های کلیدی در پیوند کارآفرینی اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری است. ارتقای سطح اشتغال از اهداف استراتژیک هر کشور به شمار می‌آید (ابوالقاسم پور و همکاران، ۱۳۹۸) و گسترش گردشگری با افزایش فرصت‌های شغلی و رشد اقتصادی همراه است (Yılcı & Kırca, 2024). ایجاد مشاغل جدید در بخش گردشگری نه تنها به کاهش بیکاری کمک می‌کند، بلکه رابطه پیچیده میان اشتغال و پایداری را آشکار می‌سازد (Huseynli, 2025). در نهایت، خلق ارزش از طریق کارآفرینی اجتماعی چیزی فراتر از یک استراتژی اقتصادی محسوب می‌شود و به‌عنوان رویکردی اساسی، جهت‌گیری سازمان‌ها و اهداف آن‌ها را مشخص می‌سازد (ناصری و همکاران، ۱۴۰۳). این ارزش می‌تواند اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی یا ترکیبی از آن‌ها باشد که به ذینفعان مختلف گردشگری ارائه می‌شود (Olsen & Furseth, 2023). تمرکز بر شیوه‌های گردشگری پایدار نیز ضرورتی است که زمینه ایجاد ارزش بلندمدت را فراهم می‌آورد (Klymenko, 2025).

کارآفرینی اجتماعی می‌تواند رشد گردشگری پایدار را هدایت کند (De Lange & Dodds, 2017). توسعه پایدار عبارت است از استفاده بدون بهره‌کشی از طبیعت، فرهنگ و سایر منابع گردشگری نسل فعلی، حفظ آن‌ها برای نسل آینده (تبریزی و نقوی، ۱۳۹۴). گردشگری شهری می‌تواند منجر به تأثیرات مثبت و منفی بر جوامع محلی شود (da Silva et al, 2019). توسعه گردشگری پایدار شهری شامل ایجاد سیاست‌هایی است که به اثرات منفی گردشگری، مانند گردشگری بیش از حد، می‌پردازد و در عین حال مزایای گردشگری را برای جوامع محلی و محیط

زیست ترویج می‌دهد (Panasiuk, 2020). ایجاد تعادل بین مزیت‌های اقتصادی گردشگری با اثرات نامطلوب بالقوه آن بر محیط زیست و جامعه، مستلزم درک عمیق رابطه بین گردشگری و توسعه پایدار است (Elgin & Elveren, 2024). برای دستیابی به توسعه جامع گردشگری پایدار، گنجاندن ابعاد اجتماعی در کنار ملاحظات زیست‌محیطی و اقتصادی بسیار حیاتی است. این امر شامل درک ماهیت پویای پایداری اجتماعی و پیامدهای آن برای گردشگری شهری است (Nugraheni et al, 2020). از دید باتلر، توسعه پایدار گردشگری نشان‌دهنده توسعه و حفظ گردشگری در یک ناحیه (محیط) است به طوری که در طول مدت زمانی نامحدود منجر به نقصان یا تغییر محیط (انسانی و فیزیکی) نشود (بیات و همکاران، ۱۴۰۳).

۴- روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی است و از نظر ماهیت جزء پژوهش‌های توصیفی-تحلیلی محسوب می‌گردد. روش گردآوری اطلاعات از دو طریق کتابخانه‌ای و پیمایشی صورت گرفته و جامعه آماری مورد مطالعه شامل شهروندان شهر مشهد که در ارتباط مستقیم و غیر مستقیم با گردشگران بوده‌اند در بازه زمانی آذر ۱۴۰۳ تا خرداد ۱۴۰۴ می‌باشد. روش نمونه‌گیری پژوهش حاضر نمونه‌گیری ساده بوده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران با سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای ۵ درصد، ۳۸۴ نفر برآورد شده است. در نهایت ۳۸۶ پرسشنامه پر شده است که ۴ تا از پرسشنامه‌ها بدلیل دارا نبودن صلاحیت استفاده حذف شدند و تعداد باقی مانده ۳۸۲ پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفته است. روایی و پایایی داده‌ها به ترتیب توسط روایی همگرا و روایی واگرا و میزان آلفای کرونباخ سنجیده شده است که در زیر جدول مربوطه آن‌ها آورده شده است. برای تحلیل داده‌ها از نرم افزار spss نسخه ۲۷ به منظور تحلیل داده‌های توصیفی و smartpls3 به منظور تحلیل داده‌های استنباطی استفاده شده است.

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه‌ای محقق ساخته است که در دو بخش تنظیم گردید. بخش نخست به سؤالات جمعیت شناختی اختصاص داشت هدف از این بخش، توصیف ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای نمونه آماری و فراهم‌سازی امکان تحلیل بهتر داده‌ها بود. بخش دوم پرسشنامه به سنجش ابعاد مختلف نقش کارآفرینی اجتماعی بر توسعه پایدار گردشگری اختصاص یافت. این بخش شامل ۵۰ گویه بود که بر اساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) طراحی شده و در ده شاخص دسته‌بندی گردید. این شاخص‌ها عبارتند از: توسعه پایدار گردشگری (۷ گویه)، افزایش تعاملات اجتماعی (۴ گویه)، تقویت انسان‌دوستی (۶ گویه)، گسترش امنیت (۴ گویه)، تقویت اعتماد اجتماعی (۴ گویه)، ارتقاء آموزش اجتماعی (۴ گویه)، تولید ایده‌های

امیدبخش (۴گویه)، تقویت رفتارهای نوآورانه (۵گویه)، اشتغال‌زایی و توانمندسازی (۵گویه) و در نهایت پویایی اجتماعی و خلق ارزش (۴گویه).

برای سنجش پایایی داده‌ها از مقدار آلفای کرونباخ و سنجش روایی همگرا از ضریب میانگین واریانس استفاده شده است. همچنین برای روایی واگرا از آزمون فورنل-لارکر استفاده شده است. در ادامه فرضیات پژوهش و متغیرها و مدل مفهومی پژوهش اشاره خواهد شد.

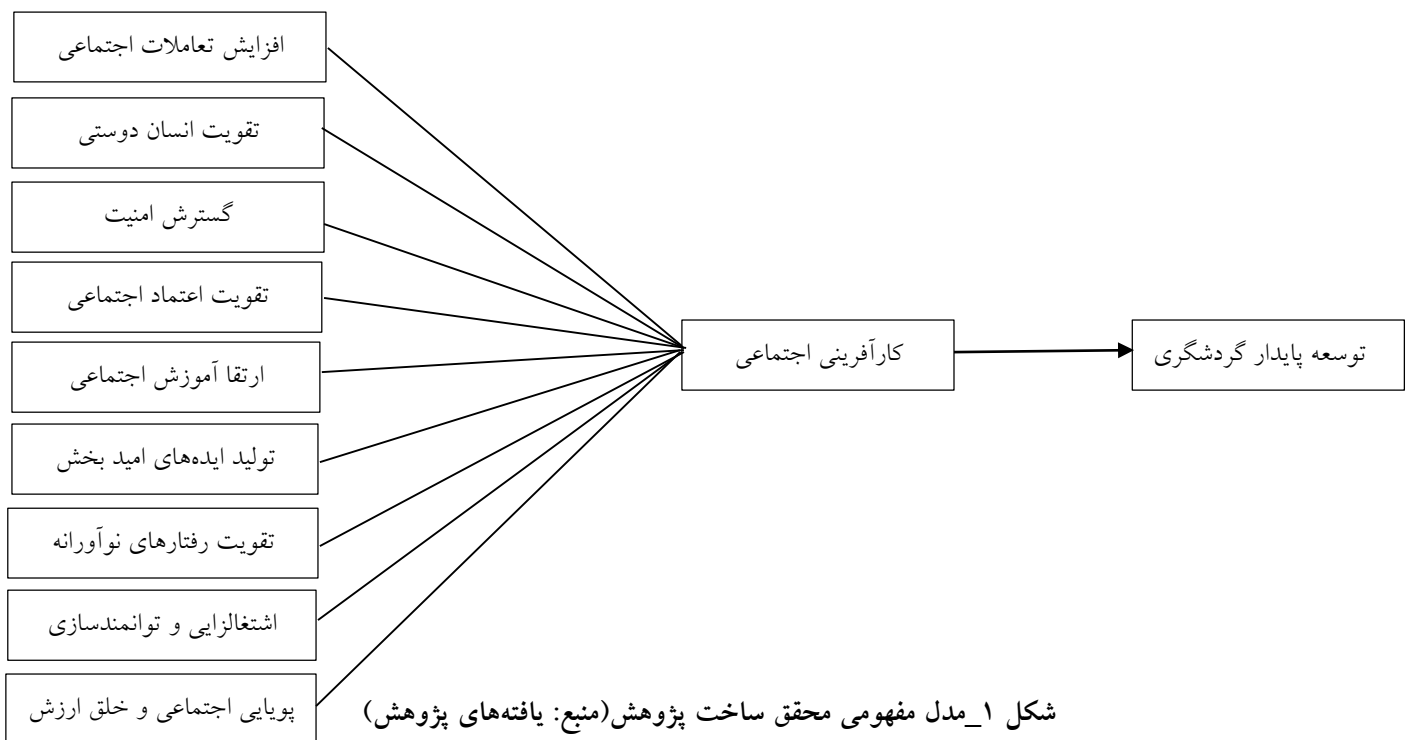
۴-۱-۲ فرضیه (های) پژوهش

۲-۱-۲ فرضیات فرعی

- ۱) به نظر می‌رسد تعاملات اجتماعی بر توسعه پایدار گردشگری در شهر مشهد تاثیرگذار است.
- ۲) به نظر می‌رسد تقویت انسان دوستی بر توسعه پایدار گردشگری در شهر مشهد تاثیرگذار است.
- ۳) به نظر می‌رسد گسترش امنیت بر توسعه پایدار گردشگری شهر در مشهد تاثیرگذار است.
- ۴) به نظر می‌رسد تقویت اعتماد اجتماعی بر توسعه پایدار گردشگری در شهر مشهد تاثیرگذار است.
- ۵) به نظر می‌رسد ارتقا آموزش اجتماعی بر توسعه پایدار گردشگری در شهر مشهد تاثیرگذار است.
- ۶) به نظر می‌رسد تولید ایده‌های امید بخش بر توسعه پایدار گردشگری در شهر مشهد تاثیرگذار است.
- ۷) به نظر می‌رسد تقویت رفتارهای نوآورانه بر توسعه پایدار گردشگری در شهر مشهد تاثیرگذار است.
- ۸) به نظر می‌رسد اشتغال‌زایی و توانمند سازی بر توسعه پایدار گردشگری در شهر مشهد تاثیرگذار است.
- ۹) به نظر می‌رسد پویایی اجتماعی و خلق ارزش بر توسعه پایدار گردشگری در شهر مشهد تاثیرگذار است.

جدول ۱- متغیرها و گویه‌های مورد استفاده در پژوهش

نوع متغیر	نام متغیر	تعداد گویه	گویه‌ها
وابسته	توسعه پایدار گردشگری	۷ گویه	بهبود اقتصاد مشهد-بهبود کیفیت زندگی-بهبود خدمات شهری-رونق کسب و کار-تعامل فرهنگی-حمل و نقل گسترده-نگرش مثبت
مستقل	افزایش تعاملات اجتماعی	۴ گویه	کارگاه آموزشی-تبادل فرهنگی-رویداد فرهنگی-مهمان‌نوازی موثر
مستقل	تقویت انسان دوستی	۶ گویه	کاهش آسیب‌ها-تمایل کمک-هدایت خیرات-احترام گردشگر-رفتار انسان‌دوستانه-کمک هم‌نوع
مستقل	گسترش امنیت	۴ گویه	امنیت عمومی-حس امنیت-اطلاع‌رسانی امن-امنیت گردشگری
مستقل	تقویت اعتماد اجتماعی	۳۴ گویه	آموزش اعتماد-رفتار بحران-اعتماد نهادی-اعتماد متقابل بین گردشگران و شهروندان
مستقل	ارتقا آموزش اجتماعی	۴ گویه	مسئولیت زیست‌محیطی-تخصص کارکنان-آموزش دولتی-افزایش آگاهی
مستقل	تولید ایده‌های امید بخش	۴ گویه	حمایت نوآوری-حمایت دولتی-شبکه اجتماعی-ایده کارآفرینانه
مستقل	تقویت رفتارهای نوآورانه	۵ گویه	اپلیکیشن سفر-گردشگری پایدار-ریسک نوآوری-حفاظت محیط‌زیست-نوآوری شغلی
مستقل	اشتغال‌زایی و توانمندسازی	۵ گویه	فرصت شغلی-خدمات باکیفیت-شغل پایدار-توزیع فرصت‌ها-توانمندسازی فرهنگی
مستقل	پویایی اجتماعی و خلق ارزش	۴ گویه	هویت فرهنگی-نماد هویتی-فعالیت مردمی-نشاط اجتماعی



۱-۲ سال با درصد فراوانی ۱۴.۷٪ است. نتایج نشان می‌دهد بیشترین پاسخ‌دهندگان درآمدی بین ۱۰ تا ۲۰ میلیون تومان (۴۳.۲٪) دارند و کمترین سهم مربوط به درآمد بالاتر از ۳۰ میلیون تومان (۸.۴٪) است.

جدول ۲- ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه

متغیر	شرح	درصد	متغیر	شرح	درصد
جنسیت	زن	۴۰.۳٪	وضعیت تاهل	مجرد	۴۱.۹٪
	مرد	۵۹.۷٪		متاهل	۵۸.۱٪
رده سنی	۲۰-۳۰	۳۰.۱٪	مدرک تحصیلی	ابتدایی	۳.۱٪
	۳۰-۴۰	۳۶.۱٪		دیپلم	۲۲.۳٪
	۴۰-۵۰	۲۵.۱٪		کاردانی	۱۲.۶٪
	بالاتر از ۵۰	۸.۶٪		کارشناسی	۴۷.۹٪
	۱-۲ سال	۱۴.۷٪		کارشناسی ارشد و بالاتر	۱۴.۱٪
سابقه اشتغال	۲-۵ سال	۲۷٪	میزان درآمد	۵-۱۰ میلیون	۲۳٪
	۵-۱۰ سال	۲۲.۸٪		۱۰-۲۰ میلیون	۴۳.۲٪
	بالاتر از ۱۰ سال	۳۵.۶٪		۲۰-۳۰ میلیون	۲۵.۴٪
				بالاتر از ۳۰ میلیون	۸.۴٪

۲-۱-۵ پایایی و روایی

با توجه به این نکته که مقدار آلفای کرونباخ متغیرها باید ۰/۷ باشد و با توجه به داده‌های جدول می‌توان دریافت که متغیرهای تقویت انسان دوستی (۰/۷۲۹)، توسعه پایدار گردشگری (۰/۸۰۵) و گسترش امنیت (۰/۷۲۰) دارای پایایی عالی هستند و مابقی متغیرها دارای پایایی قابل قبول هستند تنها متغیر ارتقا آموزش اجتماعی دارای پایایی ضعیف است. از آنجایی که مقدار بحرانی ضریب میانگین واریانس ۰/۵ است با توجه به جدول ۴ مقدار AVE متغیرها نشان دهنده روایی همگرا برقرار است.

جدول ۳- مقدار آلفای کرونباخ متغیرها

متغیرها	آلفای کرونباخ	ضریب میانگین واریانس (AVE)
ارتقا آموزش اجتماعی	0.662	0.496
اشتغالزایی و توانمندسازی	0.699	0.528
افزایش تعاملات اجتماعی	0.697	0.521
تقویت اعتماد اجتماعی	0.717	0.539
تقویت انسان دوستی	0.648	0.590
تقویت رفتارهای نوآورانه	0.769	0.520
توسعه پایدار گردشگری	0.788	0.542
تولید ایده های امیدبخش	0.678	0.507
پویایی اجتماعی و خلق ارزش	0.665	0.499
کارآفرینی اجتماعی	0.875	0.505
گسترش امنیت	0.797	0.712

بررسی روایی واگرا توسط جدول فورنل-لارکر انجام شد که نشان داد اعداد روی قطر از اعداد زیرین خود بیشتر هستند بنابراین روایی واگرا نیز همیشه برقرار است.

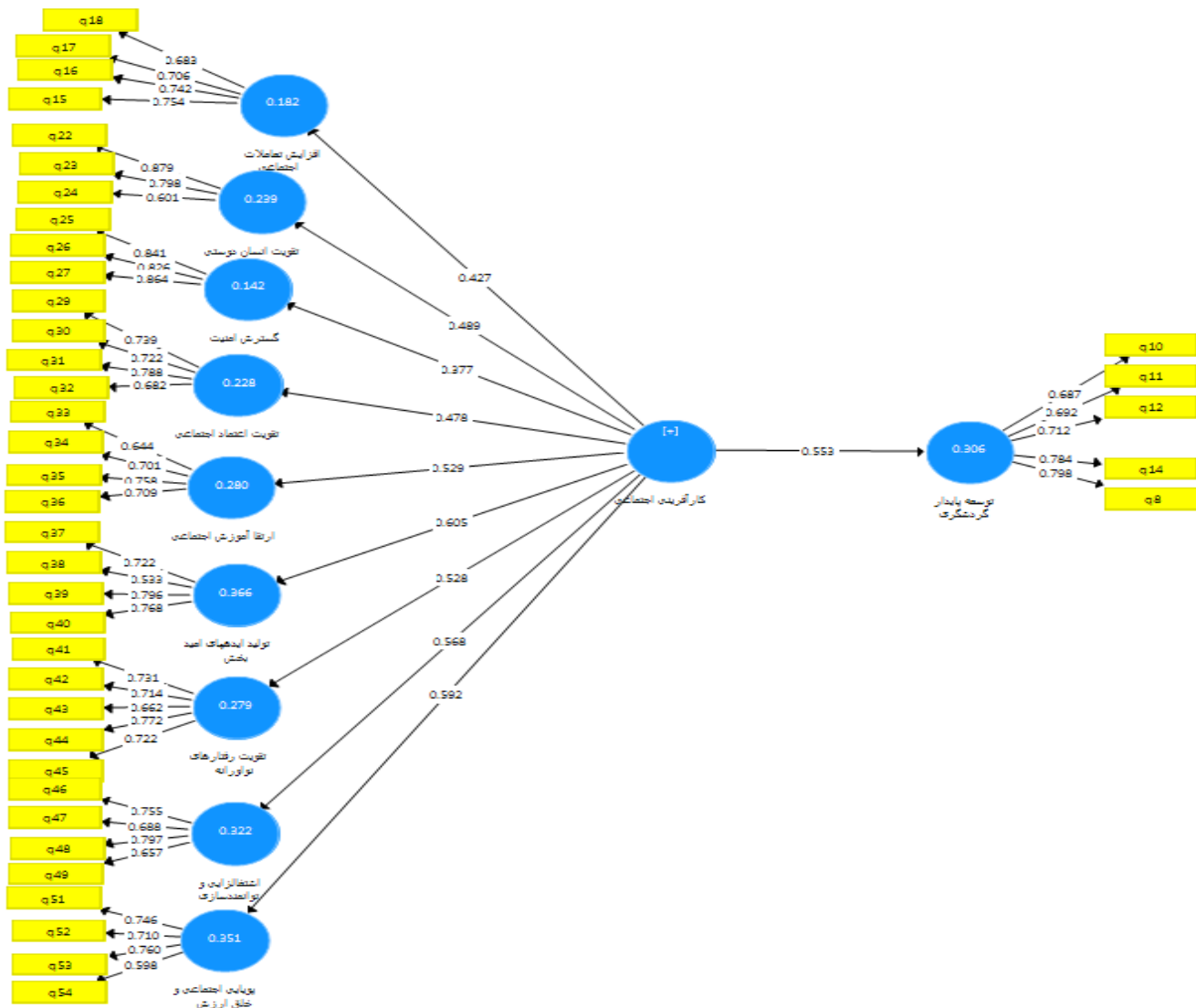
جدول ۴- جدول فورنل-لارکر

ارتقا آموزش اجتماعی	اشتغالزایی و توانمندسازی	افزایش تعاملات اجتماعی	تقویت اعتماد اجتماعی	تقویت انسان دوستی	تقویت رفتارهای نوآورانه	توسعه پایدار گردشگری	تولید ایده های امیدبخش	پویایی اجتماعی و خلق ارزش	کارآفرینی اجتماعی	گسترش امنیت
ارتقا آموزش اجتماعی	0.704									
اشتغالزایی و توانمندسازی	0.619	0.726								
افزایش تعاملات اجتماعی	0.492	0.478	0.722							
تقویت اعتماد اجتماعی	0.522	0.516	0.534	0.734						
تقویت انسان دوستی	0.409	0.582	0.510	0.547	0.768					

					0.721	0.436	0.512	0.506	0.600	0.587	تقویت رفتارهای نوآورانه
				0.736	0.482	0.545	0.465	0.555	0.603	0.490	توسعه پایدار گردشگری
			0.712	0.552	0.635	0.585	0.610	0.519	0.676	0.536	تولید ایده های امیدبخش
		0.706	0.557	0.565	0.433	0.489	0.435	0.484	0.690	0.486	پویایی اجتماعی و خلق ارزش
	0.710	0.592	0.605	0.553	0.528	0.489	0.478	0.427	0.568	0.529	کارآفرینی اجتماعی
0.844	0.377	0.352	0.542	0.381	0.414	0.644	0.576	0.433	0.418	0.261	گسترش امنیت

۲-۵ یافته‌های تحلیلی

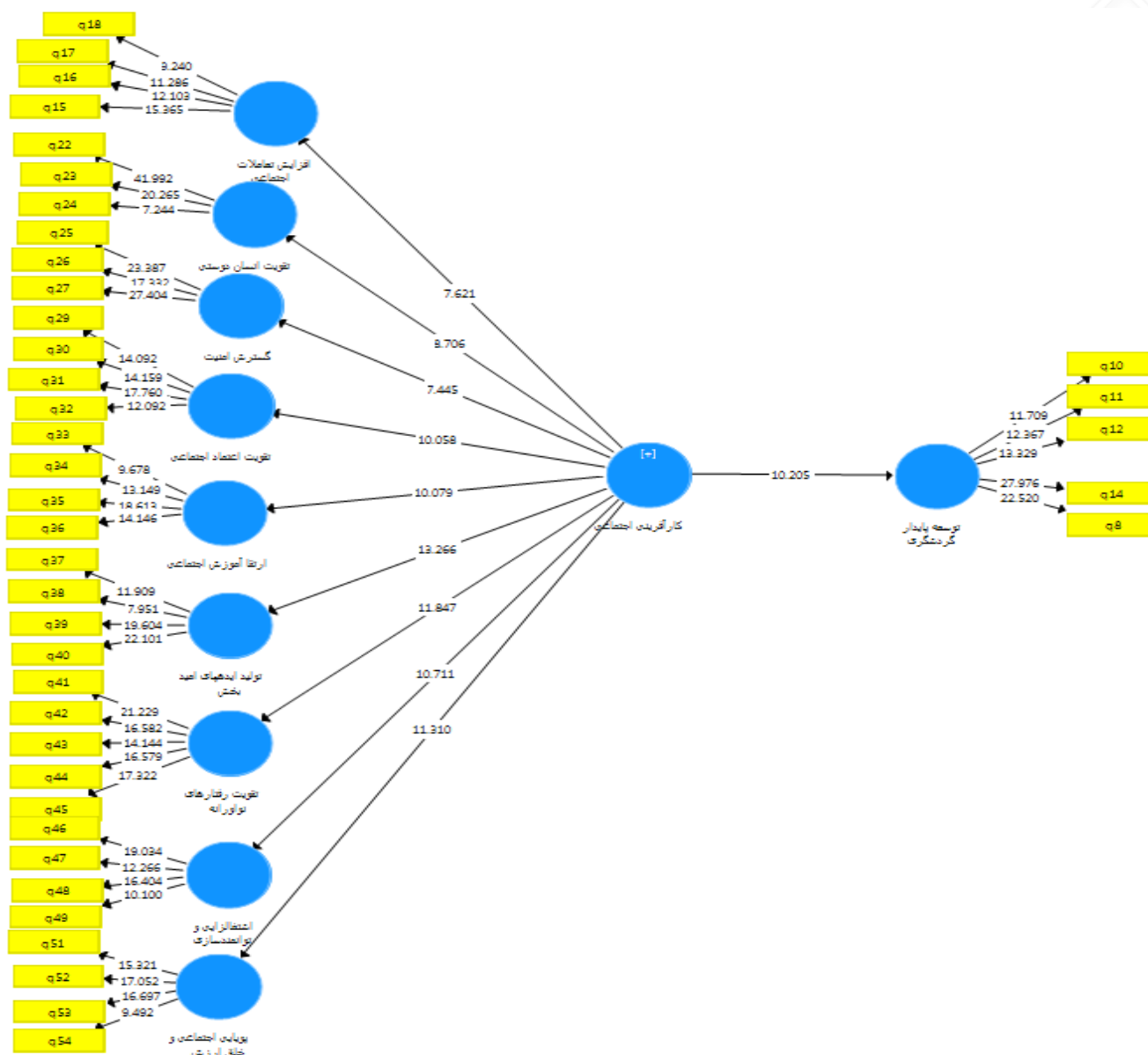
برای غربالگری مدل از بار عاملی گویه‌ها استفاده شده است. سوالات با بار عاملی کمتر از ۰٫۵ که حذف شدند: q7, q19, q20, q21, q28 و q50. دلیل دارای همپوشانی با سایر سوالات حذف شد. همچنین q9 و q13 نیز بدلیل دارا بودن بار عاملی کمتر نسبت به مابقی گویه‌ها نیز حذف شدند.



شکل ۳- بار عاملی گویه‌ها

جدول ۵- جدول آزمون فرضیات

رد/تایید	P value	آماره تی	روابط مستقیم
تایید	0.000	10.079	ارتقا آموزش اجتماعی -> توسعه پایدار گردشگری
تایید	0.000	10.711	اشتغال‌زایی و توانمندسازی -> توسعه پایدار گردشگری
تایید	0.000	7.621	افزایش تعاملات اجتماعی -> توسعه پایدار گردشگری
تایید	0.000	10.058	تقویت اعتماد اجتماعی -> توسعه پایدار گردشگری
تایید	0.000	8.706	تقویت انسان دوستی -> توسعه پایدار گردشگری
تایید	0.000	11.847	تقویت رفتارهای نوآورانه -> توسعه پایدار گردشگری
تایید	0.000	10.205	تولید ایده های امیدبخش -> توسعه پایدار گردشگری
تایید	0.000	13.266	پویایی اجتماعی و خلق ارزش -> توسعه پایدار گردشگری
تایید	0.000	11.310	کارآفرینی اجتماعی -> توسعه پایدار گردشگری
تایید	0.000	7.445	گسترش امنیت -> توسعه پایدار گردشگری



شکل ۴- مقدار آماره تی

۶- بحث

نتایج این تحقیق نشان داد که کارآفرینی اجتماعی بر توسعه پایدار گردشگری شهر مشهد تاثیر معناداری دارد که همسو با نتایج Rahdari et al, 2016; Kumari, 2025; Aquino et al, 2018; Méndez-Picazo et al, 2021; Aquino, 2022; شجاعی و همکاران، ۱۳۹۹ است. شهروندان شهر مشهد معتقدند که کارآفرینی اجتماعی مستقیماً بر توسعه پایدار گردشگری در شهر مشهد اثرگذار است که نشان دهنده این است که توجه به کارآفرینی اجتماعی و به کارگیری ابعاد آن در مشاغل و سیاست‌های شهر مشهد می‌تواند منجر به دستیابی به توسعه پایدار شود. کارآفرینی اجتماعی می‌تواند گردشگری زیارتی که تنها در مشهد رونق دارد به سمت گسترش گردشگری فرهنگی و اجتماعی سوق دهد همچنین می‌تواند با اشتغال‌زایی در تمامی قشر جامعه منجر به کاهش بیکاری و کاهش مشکلات حاشینه

نشینی شود. کارآفرینی اجتماعی با توجه به موقعیت‌های محلی در دسترس در شهر مشهد و به کارگیری این موقعیت‌ها مانند صنایع دستی، هنرهای مذهبی و غذاهای سنتی در تبدیل این موقعیت‌ها به رشد اقتصادی جامعه کمک کننده باشد.

همچنین بین تعاملات اجتماعی و اثرگذاری آن بر توسعه پایدار گردشگری شهر مشهد رابطه معناداری بیان شد که نشان دهنده این است که داشتن تعامل مثبت شهروندان با گردشگران، شرکت در کارگروه‌های آموزشی و شرکت در رویدادها باعث می‌شود که در حین تعامل حس مثبت انتقال شود و ارزش‌های فرهنگی و زیست محیطی حفظ می‌شود و باعث احترام گردشگران به این ارزش‌ها می‌شود. از دید شهروندان شهر مشهد تعاملات اجتماعی عاملی کلیدی برای موفقیت توسعه پایدار گردشگری مشهد است، زیرا بستری فراهم می‌کند که در آن همه ذی‌نفعان در تصمیم‌گیری و مدیریت گردشگری مشارکت داشته باشند. این امر نه تنها موجب افزایش رضایت گردشگران و جامعه میزبان می‌شود، بلکه به پایداری اقتصادی، حفظ فرهنگ محلی و صیانت از محیط زیست نیز کمک خواهد کرد. نتایج این پژوهش همسو با نتایج مقالات بیان شده صدری و همکاران، ۱۳۹۷ و Goolaup et al, 2025; Deep, 2023 است بنابراین برای رسیدن به توسعه پایدار گردشگری در شهر مشهد افراد دارای کسب و کار و نهادها توجه خود را بر روی بهبود شرایط برای افزایش تعامل بگذارند.

به علاوه بین تقویت انسان دوستی و توسعه پایدار رابطه معناداری بیان شده است که همسو با نتایج مقالات Irawan et al, 2019; Chandra et al, 2021 و Ardoin et al, 2016 است. هر دو این مقالات به نقش انسان دوستی و کمک به دیگران از ابعاد کارآفرینی اجتماعی برای کمک به هم نوع و پیشرفت جامعه اشاره کرده‌اند. یافته‌های این پژوهش هم نشان داد که هر چه ویژگی‌های رفتاری هم‌چون کمک به نیازمندان، احترام به فرهنگ‌ها و ارزش‌های محلی و از این قبیل رفتارهای انسان دوستانه در بین جامعه شهر مشهد تقویت شده باشد و به آن توجه شود دستیابی به اهداف توسعه پایدار راحت‌تر خواهد بود. با توجه به اینکه شهر مشهد پایتخت معنوی ایران است و انتظار توجه به هم‌نوع و به کارگیری ارزش‌های نوع دوستی در رفتار و صحبت‌های خود به شهر مشهد کمک می‌کند تا تجربه‌ای متمایز و معنوی برای گردشگران ایجاد کند و مشهد را به عنوان مقصد پایدار و امن تثبیت کند.

نتایج، حاکی از ارتباط مستقیم بین گسترش امنیت و توسعه پایدار شهر مشهد است که همسو با Паращин, 2024 و Nas, 2024 است. افزایش سطح امنیت در شهر مشهد - چه در ابعاد اجتماعی، فرهنگی و چه در ابعاد اقتصادی و محیطی - زمینه را برای جذب گردشگران، بهبود کیفیت زندگی شهروندان، و پایداری زیرساخت‌ها و فعالیت‌های شهری فراهم می‌سازد. گسترش امنیت شرط اساسی توسعه پایدار گردشگری مشهد است، زیرا موجب آرامش خاطر گردشگران، افزایش اعتماد و تداوم حضور آنان می‌شود. امنیت پایدار علاوه بر رونق اقتصادی، زمینه ارتقای تعاملات اجتماعی، حفظ منابع فرهنگی و طبیعی و مشارکت بیشتر سرمایه‌گذاران را فراهم می‌کند و بدین ترتیب به تعادل ابعاد

مختلف توسعه پایدار گردشگری در شهر کمک می‌نماید. در نتیجه، امنیت به‌عنوان یکی از ارکان اساسی توسعه پایدار شهر مشهد شناخته می‌شود.

در ادامه، نتایج پژوهش رابطه معناداری بین تقویت اعتماد اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری شهر مشهد را نشان داده شده است که همسو با Irawan et al, 2019 و Kim et al, 2020 است. می‌توان استنباط کرد که افزایش سطح اعتماد میان گردشگران، ساکنان محلی، و فعالان حوزه گردشگری مشهد، موجب شکل‌گیری تعاملات سازنده، همکاری‌های بلندمدت، و کاهش تعارضات می‌شود. این امر نه‌تنها کیفیت تجربه گردشگران در شهر مشهد را ارتقا می‌دهد، بلکه به حفاظت از منابع فرهنگی و طبیعی، تقویت سرمایه اجتماعی، و پایداری اقتصادی و اجتماعی مقصد گردشگری شهر مشهد کمک می‌کند. با تقویت اعتماد اجتماعی شفافیت و صداقت در تعاملات جامعه محلی و گردشگران افزایش یافته و در حفظ منابع فرهنگی و طبیعی اثرگذار است، کیفیت خدمات ارتقا یافته و وفاداری و رضایت بازدیدکنندگان که اغلب هم زائر هستند افزایش پیدا می‌کند.

در این پژوهش، فرضیه‌ای با عنوان «به نظر می‌رسد که ارتقای آموزش اجتماعی بر توسعه پایدار گردشگری شهر مشهد تأثیرگذار است» تأیید شد. نتایج نشان داد که میان آموزش اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری شهر مشهد رابطه‌ای معنادار و مستقیم وجود دارد که با یافته‌های مطالعات Tam et al. (2024) و Movahed et al. (2024) همسو است. این نتایج بیانگر آن است که افزایش سطح آموزش اجتماعی در میان شهروندان، آگاهی و مسئولیت‌پذیری آنان را در قبال حفظ منابع طبیعی، احترام به فرهنگ محلی و بهبود کیفیت تعاملات با گردشگران تقویت می‌کند. همچنین، آموزش اجتماعی با ارتقای مهارت‌های ارتباطی و مدیریتی جوامع محلی، زمینه را برای مشارکت فعال‌تر آنان در برنامه‌های گردشگری فراهم می‌سازد. در نتیجه، آموزش اجتماعی به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی در تحقق توسعه پایدار گردشگری شهر مشهد نقش بسزایی ایفا می‌کند.

با درک نتایج، پژوهش رابطه معناداری بین تولید ایده‌های امیدبخش و توسعه پایداری گردشگری شهر مشهد را نشان دادند که همسو با Morozova et al, 2023 و فلاح تفتی و همکاران، ۱۴۰۰ است. این پژوهش نیز بیان می‌دارد که خلق و به‌کارگیری ایده‌های نوآورانه و الهام‌بخش - که موجب ایجاد انگیزه، تقویت نگرش مثبت در گردشگران و جامعه محلی، و ترسیم چشم‌انداز روشن برای آینده گردشگری می‌شود - می‌تواند زمینه را برای ارتقای کیفیت خدمات، حفظ منابع فرهنگی و طبیعی، و تقویت اقتصاد محلی فراهم سازد. تولید ایده‌های امیدبخش نه فقط یک فعالیت ذهنی، بلکه یک موتور محرک برای انگیزش، خلاقیت و انسجام اجتماعی است. در نبود چنین ایده‌هایی، حتی بهترین برنامه‌ها هم ممکن است با بی‌اعتمادی و بی‌انگیزگی ذی‌نفعان مواجه شوند. این روند نهایتاً به پایداری گردشگری و بهبود جایگاه مشهد به‌عنوان مقصدی پایدار و جذاب منجر می‌شود.

در ادامه بحث، نتایج این پژوهش گواهی می‌دهد که تقویت رفتارهای نوآورانه بر توسعه پایدار گردشگری شهر مشهد تاثیرگذار است که همسو با نتایج Nieuwland & Lavanga, 2020 و Astuti et al, 2024 و فیروزآبادی و دباغی، ۱۳۹۴ است. زمانی که ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری در شهر مشهد، مدیران شهر مشهد، و حتی گردشگران در عمل به رفتارهایی چون جستجوی راهکارهای خلاق، استفاده از شیوه‌های نوین ارتباطی، ارائه خدمات متنوع، توجه به ارزش‌های زیست‌محیطی و مشارکت اجتماعی روی می‌آورند، نتیجه آن ارتقای کیفیت تجربه گردشگران، افزایش رضایتمندی و کاهش فشار بر منابع طبیعی خواهد بود که توسعه پایدار را به همراه دارد. رفتارهای نوآورانه در واقع ابزار پیونددهنده اهداف اقتصادی، فرهنگی و زیست‌محیطی هستند. با نوآوری، می‌توان هم درآمد پایدار ایجاد کرد، هم کیفیت زندگی شهروندان را بالا برد و هم تصویر مثبت و رقابتی از شهر در سطح ملی و بین‌المللی ساخت.

از سوی دیگر، نتایج پژوهش نشان داد که میان اشتغال‌زایی و توانمندسازی با توسعه پایدار گردشگری شهر مشهد رابطه‌ای معنادار و مثبت وجود دارد؛ این یافته‌ها با نتایج مطالعات Huseynli (2025)، Wani et al. (2024) و فیروزآبادی و دباغی (۱۳۹۴) همسو است. این پژوهش‌ها نیز تأکید کرده‌اند که ارتقا و توانمندسازی جامعه محلی از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار می‌تواند بستر تحقق توسعه پایدار را فراهم کند. در این راستا، گسترش اشتغال در بخش گردشگری موجب افزایش درآمد، بهبود کیفیت زندگی و کاهش وابستگی اقتصادی جوامع محلی شده است. همچنین، برنامه‌های توانمندسازی با ارتقای مهارت‌ها و آگاهی‌های اجتماعی و حرفه‌ای، مشارکت فعال شهروندان را در فرآیندهای مدیریتی و تصمیم‌گیری گردشگری تقویت می‌کند. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که اشتغال‌زایی و توانمندسازی جامعه، از ارکان اصلی توسعه پایدار گردشگری شهر مشهد به شمار می‌آیند و با اجرای سیاست‌های مؤثر در زمینه نوسازی زیرساخت‌ها، مدیریت هوشمند گردشگران و حمایت از کسب‌وکارهای محلی، می‌توان پایداری اقتصادی و اجتماعی این بخش را بیش از پیش تضمین کرد.

و در پایان، نتایج پژوهش نشان داد که پویایی اجتماعی و خلق ارزش تأثیر معنادار و مثبتی بر توسعه پایدار گردشگری شهر مشهد دارند؛ این یافته‌ها با نتایج مطالعات Klymenko (2025) و Li et al. (2022) همسو است. تأیید این فرضیه نشان می‌دهد که افزایش پویایی اجتماعی و تمرکز بر خلق ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی می‌تواند موتور محرک توسعه پایدار گردشگری در مشهد باشد. پویایی اجتماعی از طریق تقویت تعاملات میان شهروندان، نهادهای محلی و گردشگران، زمینه هم‌افزایی و همکاری در جهت مدیریت مؤثرتر منابع گردشگری را فراهم می‌کند. همچنین، خلق ارزش در گردشگری با بهبود کیفیت زندگی شهروندان، تقویت حس تعلق به شهر و توزیع عادلانه‌تر منافع اقتصادی، موجب ارتقای رضایت جامعه محلی می‌شود. در نتیجه، زمانی که گردشگری بتواند برای جامعه محلی ارزش افزوده واقعی ایجاد کند، پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی آن نیز تضمین خواهد شد.

۷- نتیجه گیری

با توجه به اینکه شهر مشهد شهری است زیارتی و سالانه میلیون‌ها گردشگر به این شهر سفر می‌کنند همچنان دارای نابسامانی‌ها و مشکلاتی است در بخش گردشگری و خدمات که در این پژوهش سعی شد تا به واسطه کارآفرینی اجتماعی برای ارتقا گردشگری و دستیابی به اهداف توسعه پایدار در شهر مشهد تحقیق صورت گیرد. یافته‌های این پژوهش نشان داد که کارآفرینی اجتماعی نقشی اساسی در تحقق توسعه پایدار گردشگری شهر مشهد ایفا می‌کند و عواملی همچون تعاملات اجتماعی مثبت، تقویت انسان‌دوستی، افزایش اعتماد اجتماعی، ارتقای امنیت، تولید ایده‌های امیدبخش و رفتارهای نوآورانه از مهم‌ترین زمینه‌های اثرگذار در این مسیر هستند. اشتغال‌زایی و توانمندسازی، همچنین پویایی اجتماعی و خلق ارزش تأثیر معنادار و مثبتی بر توسعه پایدار گردشگری شهر مشهد داشته‌اند، این امر نشان‌دهنده اهمیت این عوامل در پیشبرد اهداف پایداری است. در مجموع، می‌توان نتیجه گرفت که توسعه پایدار گردشگری در شهر مشهد نیازمند نگاهی یکپارچه و چندبعدی است که در آن کارآفرینی اجتماعی و ابعاد مرتبط با آن به‌عنوان راهبردی کلیدی مورد توجه قرار گیرد تا ضمن ارتقای کیفیت خدمات گردشگری، از منابع طبیعی و فرهنگی حفاظت شده و رفاه اجتماعی و اقتصادی جامعه محلی نیز بهبود یابد. مدیران و متولیان شهری می‌توانند با اتخاذ سیاست‌های حمایتی، بسترهای لازم برای تقویت نوآوری، تعاملات اجتماعی و ارتقای اعتماد عمومی را فراهم آورند. همچنین نتایج تحقیق می‌تواند راهنمایی برای کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارهای گردشگری باشد تا با رویکردی خلاقانه و مسئولانه، به بهبود کیفیت خدمات و ارتقای جایگاه گردشگری مشهد کمک کنند. افزون بر این، سازمان‌های فرهنگی و آموزشی نیز می‌توانند از یافته‌های پژوهش در طراحی برنامه‌های آموزشی و ترویجی برای تقویت انسان‌دوستی و ارزش‌های محلی بهره بگیرند.

۷-۱ پیشنهادها پژوهش‌های آینده

- ۱- بررسی نقش آموزش اجتماعی و مهارت‌آموزی با روش‌های عمیق‌تر و ترکیبی (کیفی و کمی) برای شناسایی دقیق موانع اثرگذاری آن بر توسعه پایدار گردشگری.
- ۲- مطالعه تأثیر فناوری‌های نوین و رسانه‌های اجتماعی بر تقویت رفتارهای نوآورانه و تعاملات اجتماعی در صنعت گردشگری.
- ۳- تحلیل تجارب بین‌المللی موفق در زمینه کارآفرینی اجتماعی و مقایسه آنها با وضعیت مشهد برای ارائه الگوهای بومی‌سازی شده.
- ۴- مطالعه نقش سیاست‌ها و حمایت‌های دولتی در تقویت کارآفرینی اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری.

- ابوالقاسم پور، محسن، صابونچی، رضا و شعبانی، عباس. (۱۴۰۲). نقش توسعه گردشگری ورزشی بر اشتغال‌زایی فارغ‌التحصیلان علوم ورزشی. مدیریت و توسعه ورزش، ۱۲(۲)، ۱۴۳-۱۶۲. doi: 10.22124/jsmd.2021.18497.2492
- باقریان جلودار، مصطفی، شبیری، سید محمد، و نو پور هولاری، فزه. (۱۳۹۷). تحلیل جامعه شناختی عوامل موثر بر احساس امنیت اجتماعی گردشگران (مطالعه موردی: گردشگران بابل‌سر). برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۷(۲۵)، ۲۵-۴۵. doi: 10.22080/jtpd.2018.1998
- بیات، اشکان، عندلیب، علیرضا، و احمدی، فرشته. (۱۴۰۳). بررسی اثرات توسعه گردشگری شهری بر ارتقای کیفیت زندگی ساکنین محدوده حصار ناصری شهر تهران. علوم و تکنولوژی محیط زیست، ۴(۲۶). <https://sanad.iau.ir/Journal/jest/Article/836780>
- پرپنچی، سیدابوالفضل، تاجیک اسماعیلی، سمیه، نیرومند، لیلا، و ملکیان، نازنین. (۱۴۰۱). نقش توسعه مشارکت اجتماعی در امور انسان دوستانه کمیته امداد امام خمینی (ره). مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۴(۳)، ۱۹۳-۲۰۳. SID. <https://sid.ir/paper/1064433/fa>
- تبریزی، نازنین و مریم، نقوی. (۱۳۹۴). مقایسه تطبیقی استان‌های کلان منطقه شمال ایران با تأکید بر ویژگی‌های ساختاری و امکانات لازم جهت توسعه پایدار گردشگری. جغرافیایی فضای گردشگری، ۱۴(۴)، ۷۰-۴۹.
- زمانی فرد، امیرحسین و حسینی خواه چوشلی، سحر. (۱۴۰۴). بررسی قصد رفتاری و نگرش گردشگران به غذاهای محلی با استفاده از نظریه ارزش‌های مصرف و فاکتور چشم‌انداز غذای مقصد. گردشگری و توسعه، 14(1), 93-106. doi: 10.22034/jtd.2024.462877.2937
- شجاعی، مهرشاد، چیت ساز، محمد علی، و حقیقتیان، منصور. (۱۳۹۹). بررسی نقش کارآفرینی اجتماعی بر توسعه فرهنگی و اقتصادی (مطالعه موردی: شهرک‌های صنعتی شهرکرد و بروجن در استان چهارمحال و بختیاری). فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی، ۱۸(۴۲)، ۱۷-۳۰.
- صدری، آرش، بانکیان تبریزی، آرزو، و رفایی افشارقزلباش، شادی. (۱۳۹۸). تاثیر پیاده راه بر افزایش تعاملات اجتماعی در فضاهای شهری بجنورد (نمونه موردی: خیابان طالقانی، محدوده میدان شهید تا مخابرات). تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی (علوم جغرافیایی)، ۱۹(۵۴)، ۸۱-۱۰۲. SID. <https://sid.ir/paper/380221/fa>
- عمرانی، زهرا، حقیقی کفاش، مهدی، و کفاش، نادر. (۲۰۱۰). اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اجتماعی در ایران از دیدگاه فعالان اجتماعی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۳(۲)، ۱۱-۳۶.
- فلاح تفتی، حامد، دوزنده ضیابری، فاطمه، و نبیل، اصغر. (۱۴۰۲). تحول معیارهای کارآفرینی اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی استان گیلان. مطالعات اجتماعی گردشگری، ۲(۱۱)، ۳۰۹-۳۴۰.

- فیروزآبادی، سیداحمد، وحמידه، دباغی. (۱۳۹۴). نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه محلی. توسعه محلی (روستائی-شهری)، ۷(۱)، ۲۹-۵۸.
- کارپیشه، لیلا. (۱۳۹۸). توسعه گردشگری مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی. جغرافیا و روابط انسانی، ۲(۳)، ۴۷۶-۴۸۷.
- کریمی حصاری، فرشید، روستا، علیرضا، و مرادی، سعید. (۱۳۹۹). بررسی قصد کارآفرینی اجتماعی دانشجویان در صنعت گردشگری با تاکید بر نقش آموزشی دانشگاه ها. گردشگری و توسعه، ۹(۱)، ۱۷۳-۱۸۷. SID. <https://sid.ir/paper/374067/fa>
- ملایی، علی اصغر، شیرازی، بابک، و سلطان زاده، جواد. (۱۳۹۵). یکپارچه سازی مشتریان در مقدمات نوآوری (FEI) به کمک رویکرد نوآوری باز: تولید و انتخاب ایده های نوآورانه محصول. رشد فناوری، ۱۲(۴۷)، ۳۸-۴۸. SID. <https://sid.ir/paper/144802/fa>
- مرجانی، تیمور و سید صدرالدین، صدر. (۲۰۱۴). توسعه کارآفرینی اجتماعی؛ آسیب ها، عوامل مؤثر و راهکارها. مجله علمی مدیریت فرهنگی سازمانی، ۱۲(۲)، ۲۷۷-۲۹۷.
- ناصری، سید قدرت الله، انصاری، منوچهر، شاه حسینی، محمدعلی، و هرندی، عطاءاله. (۱۴۰۳). بررسی نظام مند ادبیات خلق ارزش بر مبنای نظریه ذی نفعان در صنعت هتلداری (تحلیل بیلیومتریک). مدیریت تبلیغات و فروش، ۵(۳)، ۳۷-۶۷. doi: 10.22034/asm.2024.2041367.3294
- مرکز آمار ایران. (۱۴۰۲). سالنامه آماری استان خراسان رضوی.
- شهرداری شهر مشهد. (۱۴۰۲). آمارنامه شهر مشهد.
- Al Issa, H. E., Thai, M. T. T., & Nguyen, H. (2024). A systematic mapping of social entrepreneurship education: a call for increased collaboration, ethics, and research frameworks. *The International Journal of Management Education*, 22(3), 101025. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101025>
- Aquino, R. S. (2022). Community change through tourism social entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 95, 103442. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103442>
- Aquino, R. S., Lück, M., & Schänzel, H. A. (2018). A conceptual framework of tourism social entrepreneurship for sustainable community development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 23-32. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.09.001>
- Araujo, L., Manuel Cid, X., & Sousa, L. (2024). Ageism toward older adults among social education students: the impact of a photovoice program. *Educational Gerontology*, 51(2), 169–181. <https://doi.org/10.1080/03601277.2024.2385176>
- Ardoin, N. M., Wheaton, M., Hunt, C. A., Schuh, J. S., & Durham, W. H. (2016). Post-trip philanthropic intentions of nature-based tourists in Galapagos. *Journal of Ecotourism*, 15(1), 21–35. <https://doi.org/10.1080/14724049.2016.1142555>
- Astuti, J. S., Rosyidah, R. ., & Arnani, N. P. R. (2024). The Role of Tourism Awareness on the Innovative Work Behavior of Tlangoh Beach UMKM Actors. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 15(01), 61–73. <https://doi.org/10.26740/jptt.v15n01.p61-73>

- Alwaysseh, A., & Bonfiglio, D. (2017). Leveraging experiential learning to incorporate social entrepreneurship in MBA programs: A case study. *The International Journal of Management Education*, 15(2), 332-349.
- Bani-Melhem, S., Abukhait, R. M., & Mohd. Shamsudin, F. (2020). Does job stress affect innovative behaviors? Evidence from dubai five-star hotels. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 19(3), 344–367. <https://doi.org/10.1080/15332845.2020.1737769>
- Chandra, Y., Lee, E. K. M., & Tjiptono, F. (2021). Public versus private interest in social entrepreneurship: Can one serve two masters?. *Journal of Cleaner Production*, 280, 124499. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124499>
- da Silva, F. P., Brandão, F., & Sousa, B. (2019). Towards socially sustainable tourism in cities: local community perceptions and development guidelines. *Enlightening tourism. A pathmaking journal*, 9(2), 168-198. <https://doi.org/10.33776/et.v9i2.3631>
- De Lange, D., & Dodds, R. (2017). Increasing sustainable tourism through social entrepreneurship. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(7), 1977-2002. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2016-0096>
- Deep, G. (2023). Evaluating the impact of community engagement in urban planning on sustainable development. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 20(3), 1633-1638. : <https://doi.org/10.30574/wjarr.2023.20.3.2453>
- Diaz-Sarachaga, J. M., & Ariza-Montes, A. (2022). The role of social entrepreneurship in the attainment of the sustainable development goals. *Journal of Business Research*, 152, 242-250. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.07.061>.
- Elgin, C., & Elveren, A. Y. (2024). Unpacking the economic impact of tourism: A multidimensional approach to sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 478, 143947. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.143947>
- Gali, N., Niemand, T., Shaw, E., Hughes, M., Kraus, S., Brem, A. (2020). Social entrepreneurship orientation and company success: The mediating role of social performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 160, 120230. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120230>
- 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.
- Guptaa, P., Chauhan, S., Paul, J., Jaiswal, M.P. (2020). Social entrepreneurship research: A review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 113, 209-229. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.032>
- Ho, J.Y & Yoon, S. (2022). Ambiguous roles of intermediaries in social entrepreneurship: The case of social innovation system in South Korea. *Technological Forecasting and Social Change*, 175, 121324. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121324>
- Huseynli, N. (2025). South Africa's Tourism Sector: Job Creation and Employment Analysis Using the Least Squares Method. *Финансы: теория и практика*, 29(3), 83-89. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2025-29-3-83-89>

- IRAWAN, A., Suryanto, S., & Mashud, M. I. (2019). The dimensions of social entrepreneurship. *Journal of Economics Business and Political Researches*, 4(8), 91-100. DOI: 10.25204/iktisad.516571
- Justwan, F., & Fisher, S. K. (2016). Generalized Social Trust and International Dispute Settlement. *International Interactions*, 43(5), 717–743. <https://doi.org/10.1080/03050629.2017.1257490>
- Kim, Y. R., Yap, G., & Vertinsky, I. (2020). Can ‘too much’ trust slow tourism development? An exploratory cross-country analysis. *Current Issues in Tourism*, 24(13), 1803–1808. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1754353>
- Klymenko, E. (2025). Impact of tourism on national economic development. *RFI Scientific Papers*, (1), 93-104. <https://doi.org/10.33763/npndfi2025.01.093>
- Kumari, M. (2025). Research Lines on Social Entrepreneurship and Tourism: A Text Mining Analysis. *SEDME (Small Enterprises Development, Management & Extension Journal)*, 52(2), 211-225. <https://doi.org/10.1177/09708464251335116>
- Kummitha, H., Kareem, M., & Paramati, S. (2023). The residents' participation in tourism based social entrepreneurship organization: Evidence from residents' perception on ecosphere social enterprise. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 44, 100687. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100687>
- Li, X., Abbas, J., Dongling, W., Baig, N. U. A., & Zhang, R. (2022). From cultural tourism to social entrepreneurship: Role of social value creation for environmental sustainability. *Frontiers in Psychology*, 13, 925768. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.925768>
- Lin, H., Jiang, X., Deng, X., Bian, Z., Fang, C., & Zhu, Y. (2024). Comparing AIGC and traditional idea generation methods: Evaluating their impact on creativity in the product design ideation phase. *Thinking Skills and Creativity*, 54, 101649. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2024.101649>
- Méndez-Picazo, M. T., Galindo-Martín, M. A., & Castaño-Martínez, M. S. (2021). Effects of sociocultural and economic factors on social entrepreneurship and sustainable development. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(2), 69-77. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.06.001>
- Morozova, Marina & Shamakhov, Vladimir & Yakovlev, Alexander. (2023). THE ROLE OF INNOVATION IN TOURISM DEVELOPMENT. *EKONOMIKA I UPRAVLENIE: PROBLEMY, RESHENIYA*. 11/3. 202-208. 10.36871/ek.up.p.r.2023.11.03.025.
- Movahed, A., Jafarpour, G. K., & Hashemi, E. (2024). An investigation in level of local community education on sustainable tourism development: The case of Uraman Takht in Iran. *Turizam*, 28(1), 1-15. DOI: 10.5937/turizam25-27457
- Muli, J. M., & Arasa, R. (2019). Social Entrepreneurship: Sustainability and Social Impact By Not-for-Profits: Theory and Evidence. *International Journal of Economics, Commerce, and Management*, 7(2), 198-215.
- Nas, Z. (2024). THE IMPORTANCE OF SECURITY ON TOURISM. *Sarhad Journal of Management Sciences*, 10(2).

- Nieuwland, S., & Lavanga, M. (2020). The consequences of being 'the Capital of Cool'. Creative entrepreneurs and the sustainable development of creative tourism in the urban context of Rotterdam. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(6), 926–943. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1841780>
- Novelli, M., Morgan, N., Mitchell, G., & Ivanov, K. (2015). Travel philanthropy and sustainable development: the case of the Plymouth–Banjul Challenge. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(6), 824–845. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1088858>
- Nugraheni, A. I. P., Priyambodo, T. K., Sutikno, B., & Kusworo, H. A. (2020). The social dimensions' aspects of sustainable tourism development analysis: A systematic literature review. *Digital Press Social Sciences and Humanities*, 4(1), 1-10. <https://doi.org/10.29037/digitalpress.404348>
- Olsen, R. Kr., & Furseth, P. I. (2023). Service Innovation and Value Creation in Local Journalism During Times of Crisis. *Journalism Studies*, 24(4), 496–514. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2173510>
- Panasiuk, A. (2020). Policy of sustainable development of urban tourism. DOI: 10.2478/pjst-2020-0012.
- Rahdari, A., Sepasi, S., & Moradi, M. (2016). Achieving sustainability through Schumpeterian social entrepreneurship: The role of social enterprises. *Journal of cleaner production*, 137, 347-360. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.159>
- Sarachaga, J., & Montes, A. (2022). The role of social entrepreneurship in the attainment of the sustainable development goals. *Journal of Business Research*, 152(0148-2963), 242-250. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.07.061>
- Sekliuckiene, J., & Kisielius, E. (2015). Development of social entrepreneurship initiatives: a theoretical Framework. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 1015-1019. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.519>
- Sulaiman, E., Fitralisma, G., Fata, M. A., & Nawawi, R. (2024). Empowering local communities engagement: Rural tourism and business innovation for SDGs desa. *Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship*, 5(1), 31-44. doi:10.35912/joste.v5i1.1968.
- Tam, H. L., Chan, A. Y. F., Fung, T. T. O., & Isangha, S. O. (2024). The mediating effect of psychological strengths and resilience on enhancing youth employability through social entrepreneurship education and training. *Children and Youth Services Review*, 156, 107325. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2023.107325>
- Tucker, R. M. & Croom, R. (2021). A xenophilic perspective of social entrepreneurship. *Journal of Business Venturing Insights*, 15, e00217. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00217>
- UN Tourism. (2015). UNWTO welcomes the adoption of the Sustainable Development Goals, 28 Sep 2015.
- Wani, M. D., Dada, Z. A., & Shah, S. A. (2024). The impact of community empowerment on sustainable tourism development and the mediation effect of local support: a structural equation Modeling approach. *Community Development*, 55(1), 50-66. : <https://doi.org/10.1080/15575330.2022.2109703>
- Wong, I. A., & (CJ) Lin, Z. (2021). Understanding Tourist Citizenship Behavioral Intentions: The Role of Social Interactions and Brand Perceptions. *Journal of China Tourism Research*, 18(3), 592–610. <https://doi.org/10.1080/19388160.2021.1939829>

- Wu, D., Liu, W., Ren, Y., & Li, H. (2024). Exploring energy and tourism economy growth nexus with DEA-based index systems: The case of sustainable development of tourism destinations. *Environmental Science & Policy*, 160, 103858. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2024.103858>
- Yılancı, V., & Kırca, M. (2024). Testing the relationship between employment and tourism: a fresh evidence from the ARDL bounds test with sharp and smooth breaks. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(1), 394-413. <https://doi.org/10.1108/JHTI-10-2022-0509>
- Zhou, L. (2020). Hitchhiking tourism and social trust: exploring Chinese experiences through travel blogs. *Annals of Tourism Research*, 81, 102853. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102853>
- Парацин, Р. Ю. (2024). Global security and problems of transition to the principles of sustainable development. *Ефективність державного управління*, (78/79), 77-83. <https://doi.org/10.36930/507812>