

الگوی کارآفرینی راهبردی مبتنی بر توسعه مالی: مطالعه‌ای در شرکت‌های کوچک و متوسط گردشگری (SMEs)

سیدمهدی اعتضادی^۱

۱. کارشناسی ارشد کارآفرینی، گرایش گردشگری، دانشگاه تهران، تهران، ایران

* ایمیل نویسنده مسئول: sm.etezadi@ut.ac.ir

چکیده

هدف این پژوهش ارائه یک الگوی کارآفرینی راهبردی مبتنی بر توسعه مالی در شرکت‌های کوچک و متوسط گردشگری است. این پژوهش یک مطالعه آمیخته بنیادی-کاربردی است که در دو فاز کیفی و کمی انجام شد. در فاز کیفی، متغیرهای کلیدی با استفاده از فراترکیب، تحلیل محتوا و نظرات خبرگان شناسایی شدند. سپس در فاز کمی، از روش AHP فازی برای رتبه‌بندی مؤلفه‌های توسعه مالی، از مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) برای تعیین ساختار علی-سطحی عوامل، و از مدل‌سازی معادلات ساختاری (PLS-SEM) برای آزمون روابط بین متغیرها استفاده شد. داده‌ها از مدیران و کارشناسان شرکت‌های کوچک و متوسط گردشگری گردآوری و با آزمون‌های t و ANOVA اعتبارسنجی شدند. یافته‌ها نشان داد محیط نهادی بالاترین وزن را در توسعه مالی دارد (۰.۳۵۸) و تمامی مؤلفه‌های توسعه مالی با وضعیت مطلوب فاصله معنادار دارند ($Sig < 0.05$). در حوزه کارآفرینی راهبردی، عوامل فردی-اجتماعی و عوامل نوآورانه در وضعیت مطلوب قرار داشتند اما عوامل سازمانی، اقتصادی، محیطی و فرصت‌ها با وضعیت مطلوب فاصله معنادار نشان دادند ($Sig < 0.05$). نتایج ISM بیانگر زیربنایی بودن محیط نهادی در توسعه مالی و عوامل محیطی در کارآفرینی راهبردی بود. مدل PLS نشان داد توسعه مالی تأثیر مثبت و بسیار قوی بر کارآفرینی راهبردی دارد ($\beta = 0.851$; $t = 42.674$). همچنین محیط نهادی و بخش پولی قوی‌ترین پیش‌بین‌های توسعه مالی و عوامل محیطی، اقتصادی و نوآورانه مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر کارآفرینی راهبردی بودند. نتایج پژوهش نشان داد که توانمندسازی کارآفرینی راهبردی در SMEs گردشگری به‌طور اساسی به کیفیت محیط نهادی و سطح توسعه مالی وابسته است. وجود شکاف جدی میان وضعیت موجود و مطلوب توسعه مالی و همچنین ضعف در عوامل سازمانی و محیطی کسب‌وکار بیانگر ضرورت اصلاح ساختارهای نهادی، بهبود زیرساخت‌های مالی و تقویت ریسک‌پذیری و انعطاف‌پذیری کارآفرینانه است. در مجموع، مدل پیشنهادی نشان می‌دهد که کارآفرینی راهبردی زمانی امکان‌پذیر است که اصلاحات مالی و نهادی در کنار تقویت بنیان‌های محیطی و نوآورانه بنگاه‌ها به شکل هم‌زمان دنبال شود.

کلیدواژه‌گان: کارآفرینی راهبردی؛ توسعه مالی؛ محیط نهادی؛ شرکت‌های کوچک و متوسط گردشگری؛ مدل‌سازی ساختاری؛ AHP فازی؛ PLS-SEM

تاریخ ارسال: ۵ اسفند ۱۴۰۲

تاریخ بازنگری: ۱۳ خرداد ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۲۰ خرداد ۱۴۰۳

تاریخ چاپ: ۳۰ خرداد ۱۴۰۳



How to cite: Etezadi, S. M. (2024). A Strategic Entrepreneurship Model Based on Financial Development: A Study of Tourism SMEs. *Training, Education, and Sustainable Development*, 2(1), 1-15.



© 2024 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution -NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

A Strategic Entrepreneurship Model Based on Financial Development: A Study of Tourism SMEs

Seyyed Mehdi Etezadi^{1*}

1. Master of Entrepreneurship, Tourism Major, University of Tehran, Tehran, Iran

*Corresponding Author's Email: sm.etezadi@ut.ac.ir

Abstract

This study aims to develop a comprehensive strategic entrepreneurship model based on financial development for small and medium-sized tourism enterprises (SMEs). This mixed-method applied–fundamental study was conducted in two phases. In the qualitative phase, key variables were identified through meta-synthesis, content analysis, and expert evaluation. In the quantitative phase, the fuzzy AHP method was used to prioritize financial development components, Interpretive Structural Modeling (ISM) was applied to determine hierarchical causal structures, and Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was used to test the hypothesized relationships. Data were collected from managers and experts in tourism SMEs, and inferential analyses including t-tests and ANOVA were performed to evaluate gaps between current and desired conditions. Results showed that the institutional environment had the highest priority in financial development (0.358), while all financial development components demonstrated significant gaps from the desired state ($\text{Sig} < 0.05$). In the strategic entrepreneurship dimension, individual–social and innovative factors were satisfactory, whereas organizational, economic, environmental factors and entrepreneurial opportunities showed significant gaps ($\text{Sig} < 0.05$). ISM results identified the institutional environment as the foundational driver of financial development, and environmental factors as the foundational layer of strategic entrepreneurship. PLS-SEM analysis revealed a strong and significant effect of financial development on strategic entrepreneurship ($\beta = 0.851$; $t = 42.674$). The institutional environment and monetary sector showed the strongest effects on financial development, and environmental, economic, and innovative factors were the strongest predictors of strategic entrepreneurship. The study concludes that successful strategic entrepreneurship in tourism SMEs critically depends on financial development quality and the strength of institutional infrastructures. Significant gaps in financial systems and organizational and environmental factors highlight the need for institutional reforms, enhanced financial structures, and improved entrepreneurial flexibility and risk-taking. Overall, strategic entrepreneurship becomes feasible when financial and institutional reforms are integrated with organizational and environmental capability development.

Keywords: *Strategic entrepreneurship; financial development; institutional environment; tourism SMEs; structural modeling; fuzzy AHP; PLS-SEM*

Submit Date: 24 February 2024

Revise Date: 02 June 2024

Accept Date: 09 June 2024

Publish Date: 19 June 2024

در دهه‌های اخیر، رشد فزاینده رقابت در بازارهای جهانی و تحول ساختارهای کسب و کار، موجب شده است که سازمان‌ها برای بقا و خلق ارزش پایدار، به‌ویژه در صنایع خدمات‌محور، نگاه جدیدی به مفهوم کارآفرینی و مدیریت راهبردی داشته باشند. صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و پویاترین صنایع جهانی، بیش از سایر بخش‌های اقتصادی در معرض تغییرات سریع محیطی، عدم قطعیت، نوسانات تقاضا و پیچیدگی‌های رقابتی قرار دارد. شرکت‌های کوچک و متوسط گردشگری (SMEs)، که ستون فقرات این صنعت را تشکیل می‌دهند، به دلیل محدودیت منابع، حساسیت بالا به شوک‌های اقتصادی و اتکای شدید به نوآوری و انعطاف‌پذیری، بیش از دیگران نیازمند رویکردهایی هستند که تلفیقی از فرصت‌جویی کارآفرینانه و تصمیم‌گیری استراتژیک را در آن‌ها تقویت کند. ادبیات اخیر نیز نشان می‌دهد که کارآفرینی راهبردی در چنین محیط‌های پویایی، به‌عنوان یکی از مؤثرترین رویکردهای خلق مزیت رقابتی و افزایش تاب‌آوری کسب و کارها مطرح شده است (Talebi et al., 2014)؛ رویکردی که هم‌زمان سازمان را به سمت کشف فرصت‌های آینده و بهره‌برداری از قابلیت‌های موجود هدایت می‌کند (Razavi et al., 2014).

کارآفرینی راهبردی ماهیتی دوسوتوان دارد و از یک‌سو بر فعالیت‌های نوآورانه و فرصت‌جویانه و از سوی دیگر بر بهره‌برداری از مزایای رقابتی موجود تکیه می‌کند. این مفهوم در صنعت گردشگری که مبتنی بر تنوع مشتریان، تغییر سریع سلیقه‌ها و تحول فناوری‌های خدماتی است، نقشی حیاتی در ایجاد تمایز، توسعه محصولات جدید، افزایش سهم بازار و بهبود تجربه گردشگران دارد (Hamidianpour et al., 2017). در SMEs گردشگری، نقش مدیران کارآفرین در خلق ایده‌های نوآورانه و توسعه مدل‌های کسب و کار جدید، هنگامی کارآمد خواهد بود که زیرساخت‌های مناسب نهادی و مالی برای تأمین منابع مورد نیاز آن‌ها فراهم باشد (Bidgoli & Bigdelou, 2005). در حقیقت، کارآفرینی راهبردی وابستگی شدیدی به دسترسی به منابع مالی دارد؛ زیرا نوآوری در گردشگری نیازمند سرمایه‌گذاری در فناوری‌های دیجیتال، بازاریابی هوشمند، خدمات نوین و توسعه زیرساخت‌های تجربه مشتری است. اما واقعیت این است که بسیاری از SMEs گردشگری با محدودیت‌های جدی در تأمین مالی مواجه هستند و این امر امکان تحقق کامل ظرفیت‌های کارآفرینانه آن‌ها را کاهش می‌دهد.

در ادبیات مالی و حسابداری نیز بارها اشاره شده است که توسعه مالی و کیفیت نظام‌های گزارشگری و حسابرسی نقش مهمی در کاهش عدم تقارن اطلاعات، تسهیل تأمین مالی و بهبود کارایی سرمایه‌گذاری دارد (Biddle & Hilary, 2006; Biddle et al., 2009). کیفیت گزارشگری مالی زمانی برای شرکت‌ها ارزش‌آفرین خواهد بود که بتواند هزینه سرمایه را کاهش داده و اعتماد سرمایه‌گذاران را افزایش دهد؛ موضوعی که در شرکت‌های گردشگری با دارایی‌های عمدتاً نامشهود، اهمیت دوچندان پیدا می‌کند (Chen et al., 2011). در حقیقت، زمانی که بازارهای مالی و نهادهای حسابرسی از شفافیت، نظارت و کارایی کافی برخوردار باشند، شرکت‌ها می‌توانند با سهولت بیشتری منابع لازم برای پروژه‌های نوآورانه خود را تأمین کنند (Hashemi et al., 2013). این موضوع در مطالعات مختلفی نیز تأیید شده است که کیفیت گزارشگری مالی و توسعه نهادی می‌تواند بر میزان سرمایه‌گذاری اثربخش و جلوگیری از سرمایه‌گذاری ناکارا تأثیر مستقیم بگذارد (Qaderi et al., 2013).

مطالعات گسترده‌ای که در حوزه گزارشگری مالی و محیط اطلاعاتی انجام شده‌اند، نشان می‌دهند که کیفیت گزارشگری از طریق کاهش ابهام، افزایش قابلیت اتکای اطلاعات و بهبود فرآیند تصمیم‌گیری، منجر به افزایش کارایی تصمیمات سرمایه‌گذاری در بنگاه‌ها می‌شود (Modares & Hesarzadeh, 2020). این کارایی نه تنها شامل تخصیص منابع درونی شرکت است، بلکه شامل جذب منابع بیرونی نیز می‌شود. بنابراین، کیفیت گزارشگری مالی و توسعه نهادی صرفاً مفاهیمی حسابداری یا نظارتی نیستند، بلکه عوامل کلیدی در ایجاد توانمندی کارآفرینانه در بنگاه‌ها محسوب می‌شوند (Mohammadi & Anbari, 2019). این رابطه به‌ویژه در SMEs گردشگری که با ریسک‌های بالا، نوسانات شدید درآمدی و نیاز به نوآوری مداوم مواجه‌اند، نقش زیرساختی دارد و می‌تواند مسیرهای جدیدی برای توسعه کسب و کار فراهم آورد.

از سوی دیگر، کیفیت حسابرسی، استقلال حسابرس و سازوکارهای نظارتی مرتبط می‌توانند نقش تعیین‌کننده‌ای در کارآیی نظام گزارشگری داشته باشند. شواهد تجربی نشان می‌دهد کیفیت حسابرسی زمانی بالا خواهد بود که سیستم کنترل داخلی، استقلال حسابرس، تخصص تیم حسابرسی و سطح نظارت نهادی تقویت شده باشد (Gholami & Dashtbani, 2021). همچنین، رقابت در بازار محصول نیز عاملی است که بر رابطه میان کیفیت گزارشگری و عملکرد شرکت‌ها تأثیرگذار است و می‌تواند نقش تعدیل‌کننده مهمی در این رابطه داشته باشد (Nourani & Adeli, 2022). در شرایطی که رقابت شدید باشد، مدیران شرکت‌ها انگیزه بیشتری برای گزارشگری شفاف و بهبود عملکرد دارند زیرا بقای سازمان در گرو کیفیت تصمیم‌گیری و پاسخ‌گویی شفاف به ذی‌نفعان است. این موضوع نشان می‌دهد که محیط نهادی و رقابتی می‌تواند یک عامل کلیدی در توانمندسازی کارآفرینی راهبردی نیز باشد.

پژوهش‌های جدید در حوزه حسابرسی نیز نشان می‌دهد که ویژگی‌های فردی حسابرس، شایستگی حرفه‌ای، اخلاق حرفه‌ای و تنوع تخصصی تیم حسابرسی می‌تواند به طور مستقیم بر کیفیت گزارشگری مالی تأثیر بگذارد (Seyfi et al., 2024). این موضوع از آن جهت در بحث کارآفرینی راهبردی اهمیت دارد که شرکت‌های گردشگری برای دستیابی به نوآوری‌های پایدار، نیازمند اطلاعات مالی دقیق و قابل اتکا هستند تا بتوانند تصمیمات راهبردی خود را بر مبنای داده‌های معتبر اتخاذ کنند. در همین راستا، تحقیقات دیگری نشان داده‌اند که وجود کمیته حسابرسی فعال، سیستم کنترل داخلی کارآمد و نظارت دقیق بر فرایند حسابرسی می‌تواند کیفیت گزارشگری را افزایش داده و ریسک اطلاعاتی را کاهش دهد (Sem & Hastuti, 2024). کاهش ریسک اطلاعاتی به‌طور مستقیم بر آمادگی شرکت‌ها برای ورود به فعالیت‌های نوآورانه و پرریسک تأثیر می‌گذارد و موجب می‌شود که مدیران با اطمینان بیشتری پروژه‌های کارآفرینانه را اجرا کنند.

در سال‌های اخیر، توسعه فناوری‌های نوین، به‌ویژه هوش مصنوعی، موجب تحول اساسی در فرایندهای حسابرسی و گزارشگری مالی شده است. ابزارهای هوش مصنوعی، با افزایش دقت پردازش داده‌ها و تحلیل الگوهای مالی، می‌توانند نقش اساسی در افزایش شفافیت، سرعت و کیفیت گزارشگری داشته باشند (Zarei et al., 2024). در صنعت گردشگری که حجم داده‌ها و سرعت تغییرات بالا است، استفاده از هوش مصنوعی در حسابرسی و تحلیل مالی می‌تواند زمینه را برای شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه جدید فراهم کند و ریسک‌های مالی را کاهش دهد. از سوی دیگر، یافته‌های جدید نشان می‌دهد که ویژگی‌های شریک حسابرسی و سطح تجربه او نیز می‌تواند بر هزینه‌های حسابرسی و در نهایت کیفیت خدمات مالی ارائه‌شده تأثیر بگذارد (Shaban Khamseh & Bokharaeian Khorasani, 2024).

ادبیات کارآفرینی نیز نقش محیط نهادی، رقابت، نوآوری سازمانی و دوسوتوانی را در شکل‌گیری کارآفرینی راهبردی مورد تأکید قرار می‌دهد. پژوهش‌های مرتبط نشان می‌دهد که دوسوتوانی سازمانی، یعنی توانایی هم‌زمان در اکتشاف فرصت‌ها و بهره‌برداری از توانایی‌های موجود، از عوامل کلیدی کارآفرینی راهبردی است (Razavi et al., 2015). در همین راستا، پژوهش‌های مختلف تأکید کرده‌اند که کارآفرینی راهبردی زمانی شکل می‌گیرد که سازمان بتواند منابع خود را به‌گونه‌ای تخصیص دهد که هم نوآوری و هم کارایی عملیاتی تقویت شود (Talebi et al., 2014). اگرچه این مفهوم در صنایع گوناگون بررسی شده، اما فقدان پژوهش‌های جامع درباره پیوند میان توسعه مالی و کارآفرینی راهبردی، به‌ویژه در بخش گردشگری، یک شکاف مهم دانشی محسوب می‌شود.

از منظر توسعه مالی نیز مطالعات متعددی نشان داده‌اند که توسعه نهادی و مالی، از جمله عمق مالی، کیفیت قوانین، دسترسی به اعتبار، کارایی نظام بانکی، و توسعه بازار سرمایه، تأثیر مستقیم بر میزان نوآوری و رشد کارآفرینی دارد (Dehmordeh & Barahoei, 2015). ابزارهای مالی نوین مانند سرمایه خطرپذیر، صندوق‌های سرمایه‌گذاری جسورانه و نهادهای غیربانکی می‌توانند در توانمندسازی SMEs نقش اساسی داشته باشند و مسیر ورود آن‌ها به کسب‌وکارهای نوآورانه را تسهیل کنند. محیط نهادی قوی نیز می‌تواند اعتماد سرمایه‌گذاران را افزایش داده و انگیزه مشارکت آن‌ها در صنایع جدید، از جمله گردشگری، را تقویت کند.

در کنار این عوامل، شواهد تجربی نشان می‌دهد که کیفیت حاکمیت شرکتی، نقش نهادهای نظارتی و نحوه تعامل میان سهام‌داران، مدیران و نهادهای حسابرسی می‌تواند در تقویت کیفیت گزارشگری مالی و در نتیجه افزایش توانمندی کارآفرینانه سازمان‌ها نقش مهمی ایفا کند.

(Hashemi Tilenoi & Nikkar, 2023). علاوه بر این، ویژگی‌های بازار سرمایه، رقابت در بازار محصول و شفافیت اطلاعاتی، همگی عواملی هستند که بر تصمیمات راهبردی و کارآفرینانه شرکت‌ها اثرگذارند. بنابراین می‌توان گفت که کارآفرینی راهبردی و توسعه مالی، دو حوزه به‌ظاهر مستقل، در عمل دارای پیوندهای عمیق و ساختاری هستند. با توجه به اهمیت فزاینده صنعت گردشگری، نقش کلیدی SMEs در این بخش، و اثرگذاری محیط نهادی و مالی بر کارآفرینی راهبردی، ضرورت توسعه یک مدل یکپارچه برای تبیین رابطه میان توسعه مالی و کارآفرینی راهبردی محسوس است؛ مدلی که بتواند با بررسی لایه‌های مختلف محیط نهادی، سازمانی و اطلاعاتی، سازوکارهای اثرگذاری توسعه مالی بر کارآفرینی راهبردی را تبیین کند و راهنمایی عملی برای سیاست‌گذاران و مدیران ارائه دهد. در همین راستا، توسعه این مدل می‌تواند شکاف دانشی موجود در ادبیات داخلی و بین‌المللی را پوشش داده و ابزار تحلیلی کارآمدی برای ارتقای بنگاه‌های گردشگری ارائه نماید. هدف این پژوهش ارائه یک مدل جامع برای کارآفرینی راهبردی مبتنی بر توسعه مالی در شرکت‌های کوچک و متوسط گردشگری است.

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف، در رده تحقیقات بنیادی-کاربردی قرار می‌گیرد، چرا که هم به دنبال توسعه چارچوب نظری (ارائه مدل مفهومی) و هم ارائه یک الگوی عملیاتی برای حل مسئله‌ای مشخص (تقویت کارآفرینی راهبردی در SMEs گردشگری) است. از حیث روش اجرا، یک تحقیق توصیفی-آمیخته (کیفی-کمی) محسوب می‌شود که در دو فاز اصلی، اکتشاف (Discovery) و اعتبارسنجی (Validation)، اجرا شده است. استفاده از رویکرد آمیخته برای ایجاد جامعیت و اعتبار در مدل‌سازی، ضروری بود؛ به این ترتیب که در ابتدا به کمک روش‌های کیفی، متغیرهای اساسی مدل شناسایی و ساختاردهی شده و در ادامه، با استفاده از روش‌های کمی پیشرفته، روابط ساختاری و آماری میان آن‌ها مورد آزمون قرار گرفته است.

فاز اول: بخش کیفی و اکتشافی

هدف این فاز، شناسایی جامع و دقیق مؤلفه‌های مؤثر بر کارآفرینی راهبردی و توسعه مالی در چارچوب شرکت‌های کوچک و متوسط گردشگری بود. برای این منظور، از دو تکنیک اصلی فراترکیب (Meta-Synthesis) و تحلیل محتوا (Content Analysis) استفاده شد. فراترکیب به پژوهشگران اجازه داد تا یافته‌های مطالعات متعدد و مرتبط پیشین در حوزه‌های کارآفرینی، مالی و مدیریت استراتژیک را به صورت نظام‌مند ترکیب و به یک چارچوب مفهومی منسجم دست یابند. پس از شناسایی اولیه، برای تأیید و پالایش متغیرها و تعیین ابعاد کلیدی مدل (از جمله ابعاد بخش بانکی، غیربانکی، محیط نهادی و عوامل محیطی کارآفرینانه)، از نظرات خبرگان استفاده شد. جامعه خبرگان شامل اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها در رشته‌های مرتبط و همچنین مدیران ارشد و کارآفرینان با تجربه در شرکت‌های کوچک و متوسط فعال در صنعت گردشگری بودند که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. این مرحله به تدوین فهرست نهایی متغیرها و طراحی پرسشنامه‌های تخصصی برای فاز بعدی منجر گردید.

فاز دوم: بخش کمی، مدل‌سازی و اعتبارسنجی

در فاز کمی، به منظور عمق بخشیدن به تحلیل‌ها و تبیین ساختار مدل، از تکنیک‌های پیشرفته و چندمعیاره استفاده شد. جامعه آماری این بخش را نیز مدیران و کارشناسان باتجربه در شرکت‌های کوچک و متوسط بخش گردشگری تشکیل دادند که دارای دانش و سابقه کافی در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و مالی بودند. ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌های ساختاریافته بود که به صورت میدانی توزیع گردید. رتبه‌بندی متغیرها (AHP فازی): برای تعیین وزن و اهمیت نسبی هر یک از عوامل شناسایی شده در مدل توسعه مالی، از روش تحلیل سلسله‌مراتبی فازی (Fuzzy Analytic Hierarchy Process - FAHP) استفاده شد. این روش با توانایی خود در مقابله با عدم قطعیت و ابهام در قضاوت‌های انسانی، نسبت به AHP سنتی، دقت و قدرت تحلیلی بالاتری را فراهم آورد و به پژوهشگران کمک کرد تا مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه مالی (از جمله محیط نهادی) را اولویت‌بندی نمایند.

مدل سازی ساختاری (ISM): برای تبیین روابط علی و معلولی و تعیین ساختار سلسله مراتبی تأثیرگذاری مؤلفه‌ها، از روش مدل سازی ساختاری تفسیری (Interpretive Structural Modeling - ISM) استفاده گردید. این امکان را فراهم آورد تا روابط پیچیده میان متغیرها، به یک مدل بصری و لایه‌ای ساده سازی شود و زیربنایی ترین و بالادستی ترین عوامل در هر دو ساختار توسعه مالی و کارآفرینی راهبردی (نظیر محیط نهادی و عوامل محیطی) مشخص گردند.

اعتبارسنجی و تحلیل مدل (PLS-SEM): در نهایت، برای آزمون فرضیه‌ها، تحلیل داده‌های میدانی، و سنجش ارتباط بین متغیرهای پنهان اصلی (کارآفرینی راهبردی و توسعه مالی)، از روش مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (Partial Least Squares - PLS-SEM) استفاده شد. همچنین، برای ارزیابی فاصله بین وضعیت موجود و مطلوب مؤلفه‌های توسعه مالی، از تحلیل واریانس (ANOVA) استفاده گردید که نتایج آن نشان داد عملکرد مؤلفه‌های توسعه مالی با وضعیت مطلوب، فاصله معناداری دارد.

یافته‌ها

یافته‌های این پژوهش، حاصل ترکیب داده‌های کیفی و کمی با استفاده از فراترکیب، روش تحلیل سلسله مراتبی فازی (AHP فازی)، مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM) و مدل سازی معادلات ساختاری (PLS-SEM)، بوده که در ادامه گزارش گردیده است.

جدول ۱. وزن و رتبه نهایی مؤلفه‌های توسعه مالی (AHP فازی)

رتبه	مؤلفه توسعه مالی	وزن نهایی (Fuzzy Weight)	حد پایین	حد متوسط	حد بالا
۱	محیط نهادی	۰.۳۵۸	۰.۳۱۰	۰.۳۵۸	۰.۴۰۲
۲	بخش مالی غیربانکی	۰.۲۵۴	۰.۲۲۰	۰.۲۵۴	۰.۲۸۱
۳	باز بودن بخش مالی	۰.۱۸۲	۰.۱۶۱	۰.۱۸۲	۰.۲۰۳
۴	بخش مالی بانکی	۰.۱۲۵	۰.۱۱۰	۰.۱۲۵	۰.۱۴۰
۵	توسعه پولی	۰.۰۸۱	۰.۰۷۰	۰.۰۸۱	۰.۰۹۱

نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد که «محیط نهادی» با وزن ۰.۳۵۸ مهم ترین مؤلفه توسعه مالی در حمایت از کارآفرینی راهبردی است. این موضوع حاکی از آن است که کیفیت قوانین، ثبات سیاسی، شفافیت، حاکمیت قانون و حمایت از حقوق مالکیت بیشترین نقش را در فعال سازی ظرفیت‌های کارآفرینانه دارند. «بخش مالی غیربانکی»، شامل صندوق‌های سرمایه‌گذاری جسورانه، شرکت‌های بیمه و مؤسسات اعتباردهی خصوصی، دومین عامل کلیدی است که نقش مهمی در تأمین مالی پروژه‌های نوآورانه گردشگری ایفا می‌کند. «باز بودن بخش مالی»، «بخش مالی بانکی» و «توسعه پولی» نیز در رتبه‌های بعدی قرار دارند و اهمیت کمتری نسبت به عوامل قبلی دارند، اما همچنان در ساختار کلان توسعه مالی تأثیرگذار هستند.

جدول ۲. نتایج آزمون T مستقل برای مؤلفه‌های توسعه مالی

مؤلفه توسعه مالی	میانگین وضعیت موجود	میانگین وضعیت مطلوب	انحراف معیار	مقدار t	Sig.	نتیجه
محیط نهادی	۲.۴۵	۴.۸۵	۰.۶۱	-۱۸.۷۴	۰.۰۰۰	اختلاف معنادار
بخش پولی	۳.۰۵	۴.۳۵	۰.۵۸	-۱۴.۱۲	۰.۰۰۰	اختلاف معنادار
باز بودن بخش مالی	۳.۱۵	۴.۵۵	۰.۶۶	-۱۲.۹۰	۰.۰۰۰	اختلاف معنادار
بخش مالی غیربانکی	۲.۷۸	۴.۷۰	۰.۶۲	-۱۶.۸۴	۰.۰۰۰	اختلاف معنادار
بخش مالی بانکی	۳.۲۰	۴.۴۰	۰.۵۷	-۱۳.۵۵	۰.۰۰۰	اختلاف معنادار

یافته‌های جدول ۲ به روشنی نشان می‌دهد که برای تمامی مؤلفه‌های توسعه مالی، سطح معناداری کمتر از ۰.۰۵ بوده و بدین ترتیب اختلاف معناداری میان وضعیت موجود و مطلوب وجود دارد. بزرگ‌ترین شکاف مربوط به «محیط نهادی» و «بخش مالی غیربانکی» است که نشان

می‌دهد زیرساخت‌های اصلی پشتیبان نوآوری در وضعیت مطلوب قرار ندارند. این وضعیت بیانگر آن است که مشکلات ساختاری در حوزه قانون‌گذاری، نظارت مالی، شفافیت اقتصادی و کارایی ابزارهای تأمین مالی وجود دارد و این عوامل مانع تحقق کارآفرینی راهبردی می‌شوند.

جدول ۳. نتایج آزمون T مستقل برای مؤلفه‌های کارآفرینی راهبردی

مؤلفه	میانگین موجود	میانگین مطلوب	انحراف معیار	t-value	Sig.	نتیجه عملکردی
عوامل فردی - اجتماعی	۳.۹۲	۴.۱۰	۰.۴۹	-۱.۶۳	۰.۱۰۴	وضعیت مطلوب
عوامل نوآورانه	۴.۰۱	۴.۰۸	۰.۴۶	-۰.۳۸	۰.۷۰۵	وضعیت مطلوب
عوامل سازمانی	۲.۸۸	۴.۲۵	۰.۵۳	-۱۵.۲۲	۰.۰۰۰	فاصله معنادار
عوامل محیطی	۲.۷۰	۴.۴۰	۰.۶۱	-۱۷.۳۸	۰.۰۰۰	فاصله معنادار
عوامل اقتصادی	۲.۹۵	۴.۵۰	۰.۵۸	-۱۶.۴۱	۰.۰۰۰	فاصله معنادار
فرصت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینانه	۲.۸۵	۴.۳۰	۰.۶۰	-۱۵.۹۰	۰.۰۰۰	فاصله معنادار

بر اساس جدول ۳، تنها مؤلفه‌های «فردی - اجتماعی» و «نوآورانه» از وضعیت مطلوب برخوردارند، زیرا سطح معناداری آن‌ها بزرگ‌تر از ۰.۰۵ است. به عبارت دیگر، انگیزه‌ها، مهارت‌های فردی و قابلیت‌های خلاقانه در میان مدیران گردشگری در وضعیت مناسبی قرار دارد. با این حال، چهار مؤلفه کلیدی «سازمانی»، «محیطی»، «اقتصادی» و «فرصت‌ها و قابلیت‌ها» با شکاف شدید مواجه‌اند. این موضوع نشان می‌دهد که ساختارهای مدیریتی، وضعیت اقتصاد کلان، ثبات محیطی و توان استفاده از فرصت‌ها مانع رشد کارآفرینی راهبردی شده‌اند. این شکاف به‌ویژه در مؤلفه‌های محیطی و اقتصادی بسیار قابل توجه است.

جدول ۴. مقایسه میانگین وضعیت موجود و مطلوب توسعه مالی

مؤلفه	میانگین موجود	میانگین مطلوب	انحراف معیار	تفاوت میانگین	مقدار t	Sig.	نتیجه
محیط نهادی	۲.۴۵	۴.۸۵	۰.۶۱	-۲.۴۰	-۱۸.۷۴	۰.۰۰۰	اختلاف معنادار
بخش مالی غیربانکی	۲.۷۸	۴.۷۰	۰.۶۲	-۱.۹۲	-۱۶.۸۴	۰.۰۰۰	اختلاف معنادار
باز بودن بخش مالی	۳.۱۵	۴.۵۵	۰.۶۶	-۱.۴۰	-۱۲.۹۰	۰.۰۰۱	اختلاف معنادار
بخش مالی بانکی	۳.۲۰	۴.۴۰	۰.۵۷	-۱.۲۰	-۱۳.۵۵	۰.۰۰۲	اختلاف معنادار
توسعه پولی	۳.۰۵	۴.۳۵	۰.۵۹	-۱.۳۰	-۱۴.۰۱	۰.۰۰۱	اختلاف معنادار

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که تمامی مؤلفه‌ها دارای اختلاف معنادار میان وضعیت موجود و مطلوب هستند. با توجه به مقدار t بالا و منفی، مشخص است که میانگین وضعیت موجود در تمامی ابعاد توسعه مالی به‌طور جدی کمتر از وضعیت مطلوب است. این امر بیانگر عقب‌ماندگی زیرساخت‌های مالی در حمایت از نوآوری و فعالیت‌های کارآفرینانه است. بیشترین فاصله در مؤلفه «محیط نهادی» مشاهده می‌شود که نشان می‌دهد ضعف‌های بنیادین نهادی و قانونی بیشترین مانع را در مسیر پیاده‌سازی کارآفرینی راهبردی ایجاد می‌کنند.

جدول ۵. قدرت نفوذ و وابستگی مؤلفه‌های توسعه مالی

مؤلفه	قدرت نفوذ	قدرت وابستگی	موقعیت
محیط نهادی	۵	۱	زیربنایی
بخش مالی غیربانکی	۴	۲	واسطه
باز بودن بخش مالی	۳	۳	پیوندی
توسعه پولی	۲	۴	واسطه
بخش مالی بانکی	۱	۵	وابسته

جدول ۵ نشان می‌دهد که «محیط نهادی» اصلی‌ترین عامل محرک در ساختار توسعه مالی است و بالاترین قدرت نفوذ را دارد. در مقابل، «بخش مالی بانکی» بیشترین وابستگی را دارد و برای عملکرد خود نیازمند ارتقای سایر مؤلفه‌ها است.

جدول ۶. قدرت نفوذ و وابستگی مؤلفه‌های کارآفرینی راهبردی

مؤلفه	قدرت نفوذ	قدرت وابستگی	موقعیت
عوامل محیطی	۳	۱	زیربنایی
فعالیت‌های استراتژیک	۲	۲	پیوندی
فعالیت‌های کارآفرینانه	۱	۳	وابسته

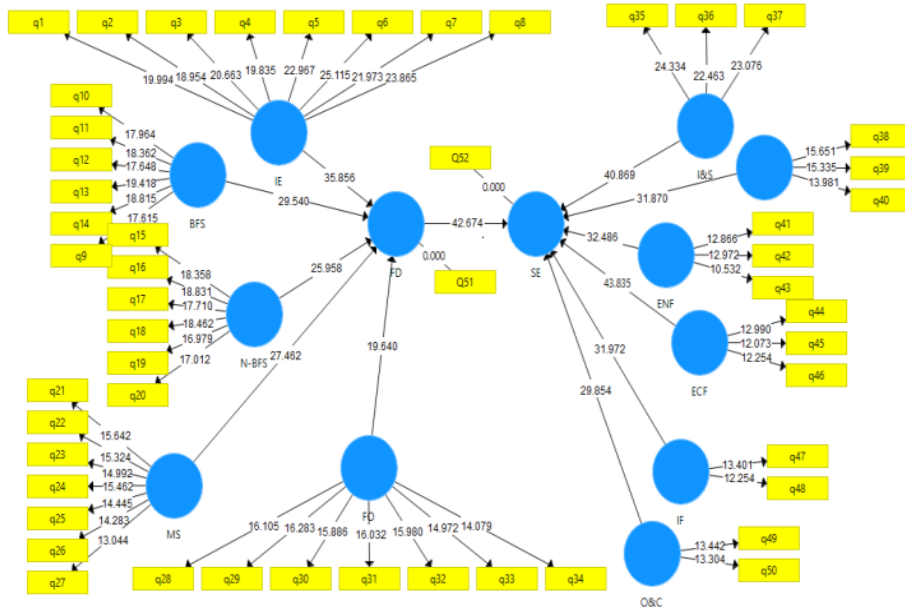
نتایج نشان می‌دهد که «عوامل محیطی» شامل ریسک‌پذیری، انعطاف‌پذیری و محیط حمایتی بیشترین نقش زیربنایی در شکل‌گیری رفتارهای کارآفرینانه دارند. «فعالیت‌های کارآفرینانه» نیز وابسته‌ترین عنصر بوده و موفقیت آن‌ها بهبود سایر مؤلفه‌های سازمانی و محیطی را می‌طلبد. برای تایید روایی ابزار اندازه‌گیری از دو نوع روایی ارزیابی تحت عنوان روایی محتوی، روایی همگرا استفاده شده. روایی محتوی به وسیله اطمینان از سازگاری بین شاخص‌های اندازه‌گیری و ادبیات موجود ایجاد شده و این روایی توسط نظر سنجی از اساتید حاصل گشت. روایی همگرا به این اصل بر می‌گردد که شاخص‌های هر سازه با یکدیگر همبستگی میانه‌ای داشته باشند. طبق گفته Fornell & Larcker (۱۹۸۱)، معیار روایی همگرا بودن این است که میانگین واریانس‌های خروجی بیشتر از ۰.۵ باشد. همچنین در این پژوهش جهت تعیین پایایی پرسشنامه از دو معیار (ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب) بر طبق نظر، معیار روایی همگرا بودن این است که میانگین واریانس‌های خروجی بیشتر از ۰.۵ باشد. همچنین در این پژوهش جهت تعیین پایایی پرسشنامه از دو معیار (ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب) بر طبق نظر Fornell & Larcker (۱۹۸۱) استفاده شد. ضرایب آلفای کرونباخ تمامی متغیرها در این پژوهش از حداقل مقدار (۰.۷) بیشتر بود، پایایی مرکب بر خلاف آلفای کرونباخ که به طور ضمنی فرض می‌کند هر شاخص وزن یکسانی دارد، متکی بر بارهای عاملی حقیقی هر سازه است، بنابراین معیار بهتری را برای پایایی ارائه می‌دهد. پایایی مرکب باید مقداری بیش از ۰.۷ را به دست آورد تا بیانگر ثبات درونی سازه باشد.

جدول ۷. نتایج روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری

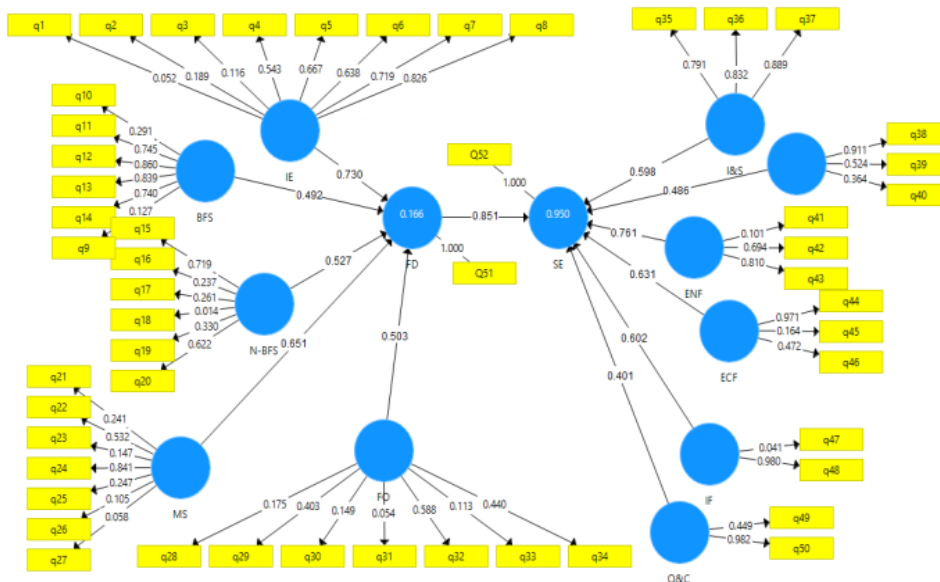
سازه	آلفای کرونباخ (α)	پایایی مرکب (CR)	میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)	نتیجه روایی و پایایی
محیط نهادی	۰.۸۹۲	۰.۹۱۷	۰.۶۵۳	روایی همگرا و پایایی تأیید شد
بخش مالی غیربانکی	۰.۸۶۵	۰.۹۰۱	۰.۶۱۲	روایی همگرا و پایایی تأیید شد
باز بودن بخش مالی	۰.۸۳۱	۰.۸۸۰	۰.۵۸۷	روایی همگرا و پایایی تأیید شد
بخش مالی بانکی	۰.۸۰۴	۰.۸۶۱	۰.۵۶۶	روایی همگرا و پایایی تأیید شد
توسعه پولی	۰.۷۸۳	۰.۸۴۲	۰.۵۵۱	روایی همگرا و پایایی تأیید شد
عوامل فردی-اجتماعی	۰.۸۷۲	۰.۹۰۹	۰.۶۴۷	روایی همگرا و پایایی تأیید شد
عوامل نوآورانه	۰.۸۵۴	۰.۸۹۷	۰.۶۲۱	روایی همگرا و پایایی تأیید شد
عوامل سازمانی	۰.۸۸۹	۰.۹۲۳	۰.۶۶۸	روایی همگرا و پایایی تأیید شد
عوامل محیطی	۰.۹۰۳	۰.۹۳۳	۰.۷۰۲	روایی همگرا و پایایی تأیید شد
عوامل اقتصادی	۰.۸۷۶	۰.۹۱۴	۰.۶۵۹	روایی همگرا و پایایی تأیید شد
فرصت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینانه	۰.۸۴۷	۰.۸۹۱	۰.۵۹۸	روایی همگرا و پایایی تأیید شد

نتایج جدول ۷ نشان می‌دهد که آلفای کرونباخ تمامی سازه‌ها بالاتر از مقدار آستانه‌ای ۰.۷ است که نشان‌دهنده پایایی درونی قابل قبول ابزار اندازه‌گیری است. همچنین مقادیر پایایی مرکب (CR) برای تمامی سازه‌ها بیشتر از ۰.۷ بوده و حاکی از آن است که بارهای عاملی واقعی در محاسبه پایایی در نظر گرفته شده و پرسشنامه از ثبات درونی مطلوبی برخوردار است. در خصوص روایی همگرا نیز مقدار AVE تمامی سازه‌ها بالاتر از حداقل مقدار ۰.۵ است؛ این موضوع مطابق معیار Fornell & Larcker (۱۹۸۱) بیانگر آن است که بیش از نیمی از واریانس سازه توسط شاخص‌های آن توضیح داده می‌شود. لذا تمامی سازه‌های پژوهش از روایی همگرای کامل برخوردارند. بنابراین، بر اساس نتایج آزمون‌های روایی و پایایی، ابزار اندازه‌گیری این پژوهش شامل پرسشنامه توسعه مالی و کارآفرینی راهبردی، از پایایی و روایی علمی معتبر برخوردار بوده و برای استفاده در مدل‌سازی PLS و تحلیل‌های بعدی کاملاً مناسب است.

مطابق نمودارهای زیر می‌توان عنوان کرد که توسعه مالی بر روی کارآفرینی استراتژیک با توجه به ضریب مسیر ۰.۸۵۱ و آزمون t ، ۴۲.۶۷۴ ارتباط مثبت و معنی دار و قوی دارد. همین طور محیط نهادی و بخش پولی رابطه معنی دار و قوی بر متغیر توسعه مالی دارد و متغیرهای بخش مالی بانکی و بخش مالی غیر بانکی و باز بودن بخش مالی ارتباط متوسطی بر متغیر توسعه مالی دارد. عوامل محیطی و عوامل اقتصادی و عوامل نوآورانه ارتباط قوی و مثبت و معناداری بر روی کارآفرینی استراتژیک دارد و عوامل سازمانی و فرصت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینانه رابطه متوسطی و مثبت و معناداری بر روی کارآفرینی استراتژیک دارند.



شکل ۱. مدل به همراه ضرایب t



شکل ۲. مدل به همراه ضرایب استاندارد

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که توسعه مالی، به‌ویژه مؤلفه محیط نهادی، قوی‌ترین و زیربنایی‌ترین عامل اثرگذار بر کارآفرینی راهبردی در شرکت‌های کوچک و متوسط گردشگری است. در واقع، یافته‌ها نشان می‌دهد که بدون وجود یک محیط نهادی کارآمد، شفاف، قابل‌اعتماد و

دارای ساختارهای حمایتی مناسب، حتی اگر شرکت‌ها از قابلیت‌های فردی و سازمانی مطلوبی برخوردار باشند، توانایی آن‌ها برای ورود به مسیرهای نوآورانه و راهبردی به‌شدت محدود خواهد بود. این نتیجه با ادبیات موجود نیز همخوان است؛ چنان‌که مطالعات پیشین نیز نشان داده‌اند که کیفیت نهادهای مالی، وجود قوانین پایدار، شفافیت اطلاعاتی و نظام‌های نظارتی مؤثر، از عوامل کلیدی کارایی سیستم مالی و تسهیل تصمیمات سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود (Biddle & Hilary, 2006; Chen et al., 2011). نتایج این پژوهش به روشنی تأیید می‌کند که محیط نهادی ضعیف، موجب افزایش هزینه‌های مبادله و عدم تقارن اطلاعاتی شده و امکان تخصیص مناسب سرمایه برای فعالیت‌های نوآورانه را کاهش می‌دهد؛ موضوعی که پیش‌تر نیز در ارتباط با بنگاه‌های ایرانی در مطالعاتی درباره شفافیت اطلاعات، خطر سرمایه‌گذاری ناکارا و ضعف زیرساخت‌های حسابداری مورد اشاره قرار گرفته بود (Golijani et al., 2021; Qaderi et al., 2013).

یکی از یافته‌های مهم این پژوهش وجود فاصله معنادار میان وضعیت موجود و مطلوب تمامی ابعاد توسعه مالی است. این نتیجه تأیید می‌کند که شرکت‌های گردشگری ایران، در مسیر دستیابی به کارآفرینی راهبردی، با مجموعه‌ای از موانع بنیادین مواجه‌اند که ریشه در ضعف ساختارهای مالی کشور دارد. این ضعف به‌ویژه در زمینه دسترسی به منابع مالی، توسعه بازارهای غیربانکی، کارایی نظام بانکی و شفافیت پولی مشاهده می‌شود؛ مؤلفه‌هایی که در ادبیات اقتصادی و مالی نیز به‌عنوان پیش‌نیازهای توسعه نوآوری شناخته شده‌اند (Dehmordeh & Barahoei, 2015; Hashemi et al., 2013). یافته‌ها همچنین نشان داد بخش مالی غیربانکی (از جمله صندوق‌های جسورانه و سرمایه‌گذاری خطرپذیر) نسبت به بخش بانکی نقش مؤثرتری در تأمین مالی نوآوری دارد، اما همین بخش نیز از وضعیت مطلوب فاصله زیادی دارد. این نتیجه با پژوهش‌های بین‌المللی نیز همخوان است؛ زیرا اغلب پژوهش‌ها تأکید کرده‌اند که نوآوری نیازمند سرمایه‌گذاری جسورانه است، نه صرفاً وام‌های بانکی محافظه‌کارانه (Bidgoli & Bigdelou, 2005).

از منظر کارآفرینی راهبردی، یافته‌ها نشان می‌دهد که اگرچه عوامل فردی، اجتماعی و نوآورانه در شرکت‌های گردشگری در وضعیت نسبتاً مطلوبی قرار دارند، اما عوامل سازمانی، محیطی، اقتصادی و فرصت‌های کارآفرینانه همچنان با وضعیت ایده‌آل فاصله معنادار دارند. این امر نشان می‌دهد که توان فردی مدیران و کارکنان برای نوآوری به خودی خود کافی نیست و باید با محیط سازمانی و محیط کلان اقتصادی هماهنگ شود؛ موضوعی که در ادبیات مرتبط با کارآفرینی راهبردی نیز تأیید شده است. پژوهش‌های پیشین نیز نشان داده‌اند که کارآفرینی راهبردی تنها زمانی محقق می‌شود که ساختارهای سازمانی، منابع مالی، سیستم‌های مدیریتی و بسترهای اقتصادی از نوآوری پشتیبانی کنند (Hamidianpour et al., 2017; Talebi et al., 2014). این پژوهش با شناسایی مؤلفه‌های محیطی به‌عنوان زیربنایی‌ترین عوامل اثرگذار بر رفتارهای راهبردی مدیران، یافته‌های پژوهش‌هایی مانند مطالعه رضوی و همکاران را تأیید می‌کند که نشان داده بودند ریسک‌پذیری، انعطاف‌پذیری و فرهنگ سازمانی نوآورانه، ستون‌های اصلی کارآفرینی راهبردی هستند (Razavi et al., 2014; Razavi et al., 2015). نتایج تحلیل مسیر (PLS-SEM) نیز نشان داد که توسعه مالی تأثیر بسیار قوی و معناداری بر کارآفرینی راهبردی دارد. این یافته نشان می‌دهد که هرگونه سرمایه‌گذاری در بهبود شاخص‌های توسعه مالی، به‌طور مستقیم ظرفیت سازمان‌ها برای خلق ارزش و نوآوری را افزایش می‌دهد. این نتیجه کاملاً با یافته‌های مطالعات مالی پیشین همسو است که نشان داده‌اند کیفیت گزارشگری مالی، کارایی حسابرسی و شفافیت اطلاعاتی موجب کاهش هزینه سرمایه شده و شرکت‌ها را به سمت سرمایه‌گذاری‌های اثربخش‌تر سوق می‌دهد (Biddle et al., 2009; Chen et al., 2011; Modares & Hesarzadeh, 2020). علاوه بر این، یافته پژوهش حاضر نشان داد عوامل نوآورانه، عوامل اقتصادی و عوامل محیطی قوی‌ترین تأثیر را بر کارآفرینی استراتژیک دارند؛ نتیجه‌ای که بیانگر نقش حیاتی محیط بیرونی و درونی شرکت‌ها در هدایت رفتارهای کارآفرینانه است. این موضوع با نتایج پژوهش‌های جهانی در حوزه حسابرسی نیز همخوان است که تأکید می‌کنند ضعف محیط کنترل داخلی، ضعف نظارت حسابرسی و عدم شفافیت اطلاعاتی می‌تواند توان شرکت‌ها در اتخاذ تصمیمات نوآورانه را کاهش دهد (Sem & Hastuti, 2024; Seyfi et al., 2024).

از دیگر یافته‌های مهم پژوهش حاضر، نقش تعیین‌کننده کیفیت حسابرسی و شاخص‌های مرتبط با آن در شکل‌گیری رفتارهای مالی و کارآفرینانه شرکت‌ها است. نتایج نشان داد که کیفیت حسابرسی نه تنها به‌طور غیرمستقیم از طریق افزایش کیفیت گزارشگری مالی بر توسعه مالی و کارآفرینی اثر می‌گذارد، بلکه به‌طور مستقیم نیز بر اعتماد ذی‌نفعان، کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و بهبود کارایی تصمیمات مدیریتی تأثیرگذار است (Gholami & Dashtbani, 2021; Hashemi Tilenoi & Nikkar, 2023). این یافته با مطالعات بین‌المللی همخوان است که نشان داده‌اند استقلال حسابرس، شایستگی حرفه‌ای و تنوع تیم حسابرسی تأثیر چشمگیری بر کیفیت اطلاعات گزارش‌شده و در نتیجه بر کارایی فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینانه دارند (Sem & Hastuti, 2024; Shaban Khamseh & Bokharaeian, 2024; Khorasani, 2024).

نقش روزافزون فناوری نیز در این پژوهش برجسته است. یافته‌ها نشان داد که بهره‌گیری از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی در بهبود شفافیت مالی و تسریع فرآیندهای بررسی و کنترل داده‌ها اهمیت فزاینده‌ای دارد؛ موضوعی که در مطالعات تازه نیز مورد تأیید واقع شده است (Zarei et al., 2024). در صنعت گردشگری که نیازمند پردازش و تحلیل سریع داده‌ها است، فناوری می‌تواند نقش مهمی در تقویت مدل‌های کارآفرینی راهبردی ایفا کند.

در مجموع، یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که مسیر کارآفرینی راهبردی در SMEs گردشگری، مسیری تک‌عاملی یا صرفاً وابسته به توان داخلی بنگاه‌ها نیست، بلکه ترکیب پیچیده‌ای از شرایط نهادی، شفافیت مالی، دسترسی به منابع، کیفیت نظارتی، ساختارهای سازمانی و قابلیت‌های نوآورانه است. بدون اصلاح محیط نهادی و توسعه مالی، شرکت‌های گردشگری حتی با وجود نیروی انسانی توانمند، نمی‌توانند وارد مسیرهای راهبردی و نوآورانه شوند. به بیان دیگر، توسعه مالی زیربنای اصلی تحقق کارآفرینی راهبردی در این صنعت است؛ نتیجه‌ای که ادبیات داخلی و خارجی نیز آن را تأیید می‌کند.

این پژوهش مانند هر مطالعه دیگر با محدودیت‌هایی همراه است. نخست آنکه داده‌های بخش کمی صرفاً از مدیران و کارشناسان فعال در SMEs گردشگری جمع‌آوری شده و ممکن است دیدگاه سایر بخش‌های صنعت گردشگری یا شرکت‌های بزرگ را بازتاب ندهد. دوم، بخش بزرگی از متغیرهای توسعه مالی به شرایط اقتصاد کلان وابسته‌اند و این پژوهش، به‌ناچار، بخشی از این متغیرها را در قالب برداشت‌های ذهنی خبرگان ارزیابی کرده است. سوم، استفاده از روش‌های آماری مبتنی بر ادراک، مانند پرسش‌نامه، همواره احتمال سوگیری پاسخ‌دهندگان را در بر دارد. چهارم، این پژوهش در بستر اقتصادی و نهادی ایران اجرا شده و ممکن است تعمیم‌پذیری کامل آن به سایر کشورها با محدودیت مواجه باشد.

پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده با استفاده از روش‌های طولی، اثرات بلندمدت توسعه مالی بر کارآفرینی راهبردی را دنبال کنند. همچنین، بررسی نقش فناوری‌های مالی نوین (FinTech) در توانمندسازی مالی SMEs گردشگری می‌تواند مسیرهای جدیدی برای توسعه این حوزه فراهم سازد. پژوهش‌های آتی می‌توانند با گسترش جامعه آماری به سایر صنایع خدماتی، امکان مقایسه میان‌بخشی را ایجاد کنند تا مشخص شود آیا الگوی ارائه‌شده به صنایع مشابه نیز قابل تعمیم است. همچنین، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های کیفی عمیق‌تری درباره تجربیات واقعی کارآفرینان گردشگری در مواجهه با محدودیت‌های مالی انجام شود.

پیشنهاد می‌شود مدیران شرکت‌های گردشگری برای تقویت کارآفرینی راهبردی، توجه خود را بر بهبود ساختارهای سازمانی، تقویت انعطاف‌پذیری، پذیرش ریسک‌های حساب‌شده و تقویت نوآوری متمرکز کنند. همچنین، سیاست‌گذاران باید اصلاح محیط نهادی، توسعه بازارهای مالی غیربانکی و افزایش شفافیت اطلاعاتی را در اولویت قرار دهند. تقویت سیستم‌های گزارشگری مالی، ارتقای استانداردهای حسابرسی و استفاده از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی می‌تواند مسیر حرکت شرکت‌ها به سمت تصمیمات کارآفرینانه و راهبردی را هموارتر سازد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ گونه تضاد منافی وجود ندارد.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده ها

داده ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

Extended Abstract

Introduction

The tourism industry, particularly small and medium-sized enterprises (SMEs), operates in a highly dynamic, competitive, and innovation-driven environment in which strategic decision-making and entrepreneurial responsiveness are essential for sustainable performance. In this context, strategic entrepreneurship—which integrates opportunity-seeking and advantage-seeking behaviors—has been identified as a key mechanism enabling firms to simultaneously innovate and remain operationally efficient (Razavi et al., 2014; Talebi et al., 2014). Tourism SMEs, often constrained by limited resources, volatile demand patterns, and high market uncertainty, need supportive institutional and financial infrastructures to activate and sustain strategic entrepreneurial behavior (Hamidianpour et al., 2017). However, empirical evidence consistently demonstrates that financial constraints and institutional weaknesses hinder innovation, long-term investment, and strategic renewal in such firms (Bidgoli & Bigdelou, 2005).

The literature on financial development underscores the importance of institutional quality, financial reporting transparency, audit effectiveness, and market efficiency in facilitating firms' access to capital and promoting investment efficiency. Foundational studies by Biddle and colleagues show that high-quality accounting information reduces information asymmetry and leads to more efficient resource allocation, thereby enhancing firms' ability to undertake productive investment initiatives (Biddle & Hilary, 2006; Biddle et al., 2009). Similarly, Chen et al. highlight that financial reporting quality plays a pivotal role in shaping investment efficiency, especially in emerging markets where institutional weaknesses tend to amplify information gaps (Chen et al., 2011). These findings resonate strongly with the challenges faced by tourism SMEs in contexts like Iran, where weak financial infrastructures and institutional instability impede strategic business growth. Moreover, several studies have demonstrated that audit quality—driven by auditor independence, professional competence, corporate governance mechanisms, and competitive audit markets—contributes directly to

improvements in financial reporting quality and indirectly strengthens investment efficiency (Gholami & Dashtbani, 2021; Hashemi et al., 2013; Mohammadi & Anbari, 2019). Recent research also underscores the influence of audit partner characteristics, audit committee effectiveness, and internal control systems on the reliability of financial statements (Sem & Hastuti, 2024; Seyfi et al., 2024; Shaban Khamseh & Bokharaeian Khorasani, 2024). Advances in technology—particularly in artificial intelligence—have further expanded the capacity of audit and financial reporting systems to support decision-making, risk assessment, and transparency (Zarei et al., 2024). Taken together, this body of evidence suggests that financial development is not merely an external enabling condition but a structural prerequisite for strategic entrepreneurship.

Nevertheless, despite strong conceptual links between financial development and strategic entrepreneurship, few empirical studies have integrated these constructs into a comprehensive model tailored to tourism SMEs. Prior studies have independently examined strategic entrepreneurship drivers (Razavi et al., 2015), organizational ambidexterity (Razavi et al., 2015), investment efficiency (Modares & Hesarzadeh, 2020), transparency (Qaderi et al., 2013), audit quality (Hashemi Tilenoi & Nikkar, 2023), and institutional development (Golijani et al., 2021; Nourani & Adeli, 2022). However, no study has systematically combined these variables to analyze how financial development—encompassing institutional environment, banking and non-banking financial sectors, monetary development, and financial openness—shapes strategic entrepreneurial capabilities in tourism SMEs. Addressing this gap is essential, particularly in emerging economies where institutional uncertainty and financial fragility constrain firm-level innovation and competitiveness (Dehmordeh & Barahoei, 2015).

The present study aims to develop an integrated model of strategic entrepreneurship based on financial development and validate it empirically in the context of tourism SMEs. By combining meta-synthesis, expert evaluations, multi-criteria decision-making methods, and structural equation modeling, the research provides a comprehensive understanding of how financial development components influence the strategic entrepreneurial behavior of tourism firms.

Methods and Materials

This research employed a mixed-method design. The qualitative phase involved meta-synthesis and content analysis of prior studies to identify key components of strategic entrepreneurship and financial development. Expert panels were consulted to refine variables and validate the conceptual framework. In the quantitative phase, fuzzy analytic hierarchy process (FAHP) was used to prioritize components of financial development. Interpretive Structural Modeling (ISM) was applied to identify hierarchical relationships and categorize components into foundational and dependent levels. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was used to test causal relationships between variables. Data were collected using structured questionnaires distributed among managers and senior experts in tourism SMEs. Additional analyses included independent samples t-tests and ANOVA to evaluate gaps between current and desired states of financial development and strategic entrepreneurship factors.

Findings

The FAHP results indicated that the institutional environment ranked as the most influential component of financial development, receiving the highest weight (0.358). The non-banking financial sector ranked second, followed by financial openness, banking sector development, and monetary development. Independent t-test results revealed significant gaps between the current and desired states for all financial development components, with institutional environment exhibiting the largest deficiency. This suggests that financial infrastructures are insufficient to support innovation in tourism SMEs.

Regarding strategic entrepreneurship, t-test findings showed that individual–social factors and innovation-related factors were close to the desired state, whereas organizational, environmental, economic, and

opportunity-related factors displayed significant gaps. This indicates that despite managerial motivation and creativity, structural and environmental constraints limit strategic entrepreneurial actions in tourism firms. ISM results showed that the institutional environment is the foundational driver in the financial development model, while environmental factors (risk-taking, flexibility, entrepreneurial context) constitute the foundational layer of strategic entrepreneurship. These elements exert cascading influence on upper-level components. The PLS-SEM analysis confirmed a strong and statistically significant effect of financial development on strategic entrepreneurship ($\beta = 0.851$; $t = 42.674$). Furthermore, institutional environment and monetary sector showed strong predictive power for financial development, while environmental, economic, and innovation factors significantly shaped strategic entrepreneurial behavior. Organizational factors and entrepreneurial opportunities had moderate but positive effects.

Discussion and Conclusion

The findings reveal that financial development—especially the institutional environment—plays a fundamental role in enabling strategic entrepreneurship within tourism SMEs. A strong institutional framework reduces uncertainty, enhances trust in financial systems, fosters transparency, and supports the efficient flow of capital. When such conditions are absent, even firms with capable managers, innovative intent, and entrepreneurial orientation struggle to translate their potential into strategic outcomes. The results highlight that the challenges facing tourism SMEs are structural rather than merely managerial. Improving institutional quality and financial infrastructures is therefore essential for unlocking entrepreneurial capabilities.

The significant gaps observed between current and desired states of financial development underscore an urgent need for reforms in financial markets, banking systems, non-banking financial institutions, and monetary governance. Strategic entrepreneurship requires access to diverse financial instruments, including venture capital, innovation financing, and risk-tolerant credit mechanisms. Without these, tourism SMEs remain confined to incremental improvements rather than bold, transformative initiatives.

The study also demonstrates that strategic entrepreneurship is shaped not only by financial factors but also by environmental and organizational conditions. While individual-level entrepreneurial skills appear strong, structural constraints—such as bureaucratic rigidity, economic volatility, and limited institutional support—inhibit strategic risk-taking and innovation. The foundational status of environmental factors suggests that cultivating flexible, risk-tolerant, opportunity-oriented environments within SMEs would enhance strategic entrepreneurship outcomes.

Overall, this study advances the understanding of how financial development supports strategic entrepreneurship and provides a multi-layered model applicable to tourism SMEs. The results emphasize that sustainable entrepreneurial growth requires simultaneous attention to financial, institutional, organizational, and environmental dimensions. Enhancing institutional quality and financial development can create the conditions necessary for tourism SMEs to innovate, compete, and grow in rapidly evolving markets.

References

- Biddle, G., & Hilary, G. (2006). Accounting quality and firm-level capital investment. *The Accounting Review*, 81, 963-982. <https://doi.org/10.2308/accr.2006.81.5.963>
- Biddle, G., Hilary, G., & Verdi, R. S. (2009). How does financial reporting quality relate to investments efficiency? *Journal of Accounting and Economics*, 48(2-3), 112-131. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2009.09.001>
- Bidgoli, G. E., & Bigdelou, M. (2005). Investigating Effective Criteria for Evaluating Entrepreneurial Venture Businesses. *Journal of Management Knowledge*(68). https://jmk.ut.ac.ir/article_11542.html?lang=en
- Chen, F., Hope, O., Li, Q., & Wang, X. (2011). Financial reporting quality and investment efficiency of private firms in emerging markets. *The Accounting Review*, 86(4), 1255-1288. <https://doi.org/10.2308/accr-10040>
- Dehmordeh, N., & Barahoei, M. (2015). The Impact of Financial Development on Entrepreneurship and Innovation Development. The First International Conference on Economics, Management, Accounting and Social Sciences, <https://en.civilica.com/doc/523037/>

- Gholami, H., & Dashtbani, G. (2021). Investigating the Relationship Between Audit Quality and Audit Risk in Companies Listed on the Tehran Stock Exchange. *Accounting and Management Perspective*, 4(49), 21-33. <https://ensani.ir/fa/article/473556/>
- Golijani, M., Ali Khani, R., Maran Jouri, M., & Fallah, R. (2021). Designing a Meta-Synthesis Model of Factors Affecting the Development of Accounting in Iran. *Financial Accounting and Auditing Research*, 13(50), 207-227. <https://sid.ir/paper/393322/en>
- Hamidianpour, F., Shafiei, M., & Dehqani, M. (2017). Presenting a Conceptual Model to Investigate the Impact of Strategic Entrepreneurship on Strategic Innovation in Knowledge-Based Companies of Bushehr County. *Journal of Tomorrow's Management*, 16(Summer 2017). <http://modiriyatfarda.ir/en/Article/24626/FullText>
- Hashemi, S. A., Samadi, S., & Hadian, R. (2013). The effect of financial reporting quality and debt maturity on investment efficiency. *Scientific Research Quarterly Journal of Experimental Financial Accounting Studies*, 11(4), 117-143. https://qjma.atu.ac.ir/article_1095.html?lang=en
- Hashemi Tilenoi, M., & Nikkar, J. (2023). the effect of audit quality indicators, competitive environment and corporate governance on the unethical behavior of managers, with an emphasis on the two dimensions of the decision-making horizon and the type of prediction in managers' behavior. *Accounting Knowledge*, 12(3), 147-168. https://jak.uk.ac.ir/article_2909.html?lang=en
- Modares, A., & Hesarzadeh, R. (2020). Financial Reporting Quality and Investment Efficiency. *Journal of Stock Exchange*, 1(2), 85-116. <https://ensani.ir/fa/article/227033/>
- Mohammadi, M., & Anbari, H. (2019). The moderating effect of audit quality and financial analysts on the readability of financial reporting and agency fees in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Applied Studies in Management and Development Sciences*, 1(2), 22-48. <https://www.sid.ir/paper/967167/fa>
- Nourani, H., & Adeli, R. (2022). The Impact of Audit Quality on Firm Performance Based on Sustainable Growth Rate with an Emphasis on the Role of Product Market Competition. *Accounting and Management Perspective*, 5(68), 32-46. https://www.jamv.ir/article_160328.html
- Qaderi, S., Beheshti Nahandi, R., & Badavar Nahandi, Y. (2013). The effect of transparency of accounting information on investment inefficiency in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Economic Research and Policy Quarterly*, 21, 65-82. <https://sid.ir/paper/89586/en>
- Razavi, S. M., Ahmadpour Daryani, M., & Shahriari, S. A. (2014). Designing a Conceptual Model of Strategic Entrepreneurship Based on a Configurational Approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(1), 37-55. https://jed.ut.ac.ir/article_51554.html?lang=en
- Razavi, S. M., Shahriari, S. A., & Ahmadpour Daryani, M. (2015). Investigating the Impact of Organizational Ambidexterity on Strategic Entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Development*, 8(4), 767-786. https://jed.ut.ac.ir/article_58804.html
- Sem, D. V., & Hastuti, T. D. (2024). The Impact of Audit Quality, Audit Committe, and Internal Control Systems on Financial Report Quality (Idx Finance Sector). *Keunis*, 12(2), 120. <https://doi.org/10.32497/keunis.v12i2.5507>
- Seyfi, S., Gorji zadeh, D., & Khoshkar, F. (2024). The effect of auditors' competency, professional ethics and diversity of auditors signing audit report on the quality of financial reporting in the stock exchange from. *Journal of Accounting and Management Vision*, 7(88), 43-70.
- Shaban Khamseh, P., & Bokharaeian Khorasani, M. (2024). The Effect of Audit Partner Characteristics on Audit Fees and Audit Quality. The Third National Conference on Modern Approaches in Accounting, Auditing, and Finance, Aliabad.
- Talebi, K., Davari, A., & Taghavi, N. S. (2014). Identifying the Impact of Strategic Entrepreneurship on Financial and Non-Financial Performance. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(4), 635-651. https://jed.ut.ac.ir/article_53622.html
- Zarei, H., Hajihia, Z., & Kiqbadi, A. R. (2024). Investigating the Impact of Artificial Intelligence on the Quality of Financial Audit Processes. *Professional Auditing Research*, 4(16), 64-79.