

Research Paper

Identifying the Challenges Facing the Development of Rural Tourism Entrepreneurial Business Ecosystem (Case Study: Sarduiyeh District in Jiroft County)

Seyed Reza Hosseini Kahnooj¹, *Hamdollah Sojasi Qeidari², Aliakbar Anabestani³, Ali Shahdadi⁴

1. PhD Student, Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Humanities, Ferdowsi University, Mashhad, Iran.
2. Associate Professor, Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Humanities, Ferdowsi University, Mashhad, Iran.
3. Professor, Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Humanities, Ferdowsi University, Mashhad, Iran.
4. Associate Professor, Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Humanities, Jiroft University, Jiroft, Iran.



Citation: Hosseini Kahnooj, S.R., Sojasi Qeidari, H., Anabestani, A., & Shahdadi, A. (2022). [Identifying the Challenges Facing the Development of Rural Tourism Entrepreneurial Business Ecosystem (Case Study: Sarduiyeh District in Jiroft County) (Persian)]. *Journal of Rural Research*, 12(4), 700-715, <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2021.313069.1573>

doi: <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2021.313069.1573>

Received: 03 Nov. 2020
Accepted: 11 Mar. 2021

ABSTRACT

The present study uses a future research approach to identify the challenges affecting the development of the ecosystem of entrepreneurial tourism businesses in rural areas of Jiroft and the structural equations between them. To do this, we first collected a combination of codes from the models and research used in the field of tourism entrepreneurial businesses, as well as a survey of 15 rural entrepreneurs to improve them. Then, using MICMAC software, the identified factors were examined in terms of impact or effectiveness. The statistical population of this study consists of 54 tourism business owners in three villages located in the *Sarduiyeh* district. Then, with the Delphi method and a survey of experts in the field of tourism entrepreneurial businesses, the structural relationships resulting from these drivers were addressed. For this purpose, 50 experts performed non-probabilistic judgment sampling in the form of a path analysis test in SPSS software. The results showed that financial and economic issues have the highest impact factor. The root of these problems can be traced to factors such as marketing and financial issues and the limited budget of entrepreneurs and their weak support, which can have a significant impact on the development of such businesses in the future.

Key words:

Entrepreneurial Ecosystem, Tourism Development, Tourism Businesses, Futurology, Structural Equations

Copyright © 2022, Journal of Rural Research. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-noncommercial 4.0 International License which permits copy and redistribute the material just in noncommercial usages, provided the original work is properly cited.

Extended Abstract**1. Introduction**

The existence of diverse climates in the villages of the Sardoyeh district of Jiroft has caused the villages of this district to become a huge tourist complex and many businesses have been formed

in it. However, many problems, including the formation of businesses, have arisen spontaneously and without a plan and simply because of the tourism potential of the region. The proliferation of these businesses with other obstacles such as lengthy bureaucratic procedures to start a business, management problems in launching tourism projects, lack of appropriate legal laws and protection for entrepreneurs, lack of communication infrastructure, the existence of some inappropriate social and cultural

*** Corresponding Author:**

Hamdollah Sojasi Qeidari, PhD

Address: Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Humanities, Ferdowsi University, Mashhad, Iran.

Tel: +98 (912) 4170743

E-mail: ssojasi@um.ac.ir

norms, etc., pointed out that it has created an unfavorable atmosphere for the activists of this sector. Scientifically, in this field, both in research and in research projects, the environmental factors and elements that form the entrepreneurial ecosystem of the region in the field of rural tourism have not been sufficiently and comprehensively studied so these cases are necessary. Although previous studies have suggested solutions to improve tourism businesses, it is necessary to examine the challenges involved in this field and the structural interaction between them, to reach a common understanding of its challenges to the necessary effectiveness. So the questions that arise are: What are the key deterrent components involved in developing the ecosystem of rural tourism entrepreneurial businesses in the Sardoyeh district of Jiroft? What are the challenges facing rural entrepreneurs to achieve a desirable and sustainable model in the field of tourism business development?

2. Methodology

The type of research is applied and developmental and in terms of the method, it is descriptive-analytical. The required information was collected with the help of a questionnaire and surveying entrepreneurs in the tourism business sector of elites and experts. In the beginning, a combination of codes from the models and studies mentioned in this study (in relation to the ecosystem of tourism businesses) was collected. Then 15 entrepreneurs were used to localize the indicators and improve them. Finally, 31 codes were identified. This research consists of two parts. The first part examines the drivers involved in discussing the challenges facing tourism entrepreneurs in starting businesses. MICMAC software was used to analyze the data and key drivers. At first, the effect of variables on each other was evaluated from zero to four based on the opinion of entrepreneurs, then direct and indirect effects, as well as indicators of direct and indirect impact and potential, were identified and finally, the most effective key indicators were identified. The statistical population to determine the key drivers is made up of Sardoyeh entrepreneurs in the three Sardoyeh, Gevre and Dalfard districts who have just started businesses. Cochran's method was used to calculate the sample size. Considering that 85 cases of business were identified in the study population, the known community formula was used with an error of 0.8%. Finally, the statistical sample of this study consisted of 54 entrepreneurs. The reason entrepreneurs use it to determine key drivers is that they are familiar with the challenges ahead that they have touched well. Then, in the second part of the research, the structural relationships obtained from the propulsions from the

viewpoint of experts, specialists and university professors in the field of tourism were used. Due to the impossibility of accurate estimation of the sample size, data were collected from 50 people by non-probabilistic sampling method so that the collected opinions were fully expert and the samples were related to the subject of research. Finally, the obtained pattern was evaluated in terms of fixed or random effects.

3. Results

The results of this section show the impact of variables such as the seasonality of businesses following climatic issues; Access restrictions; Existence of time-consuming bureaucracies and administrative formalities; Poor knowledge of entrepreneurs about tourism jobs; Misplaced imitations of businesses around; Weakness in entrepreneurial culture and acceptance of innovations; Weakness of educational issues and the impact of variables such as the level of legal literacy of entrepreneurs; Poor support services and counseling; Existing corruption and Numerous structural and managerial problems; Poor organization of tourism businesses; and Low spirit of cooperation and participation. These factors indicate that if there is success in business development, it is mainly businesses that have formed spontaneously and the government has played the least supportive role for them. The second part of the research has developed a successful model of tourism business challenges from testing structural equations in the form of path analysis, which is a technique to explain a communication system between variables. The results of this test showed that financial and economic issues have the greatest impact. Reasons for this include factors such as marketing and financial problems and the limited budget of entrepreneurs and the weak support for them.

4. Discussion

The model obtained from this study is in the framework of the entrepreneurial ecosystem model, including the Eisenberg model. Since each of the experts has pointed out some of the problems, in this study, the existing challenges in this field have been categorized and structured to cover all the issues. Also, the findings of this study are in line with the results of [Suresh & Ramraj \(2012\)](#). Its main emphasis is on paying attention to the projected trend of long-term economic issues and the vulnerability of tourist businesses following the intensification of economic crises and its impact in rural areas, which seems to be essential that the critical elements be identified in this direction. Today, the hyperinflation created in the daily affairs of the people, as well as the intensification of political and eco-

conomic sanctions against the country have caused a severe blow to these businesses.

5. Conclusion

The results are by no means promising, and what challenges this concept is the mechanisms that Iran, as a developing country, faces and rural areas cannot cope with such structural challenges, such as economic and cultural issues and sometimes support services.

Acknowledgments

This article is part of the thesis of Mr. Seyed Reza Hosseini Kahnnoj, with the same title at the Ferdowsi University of Mashhad.

Conflict of Interest

The authors declared no conflicts of interest

شناسایی چالش‌های پیش روی توسعه اکوسیستم کسب‌وکارهای کارآفرینانه گردشگری روستایی (مورد مطالعه: بخش ساردوئیه در شهرستان جیرفت)

سیدرضا حسینی کهنوج^۱، حمداالله سجاسی قیداری^۲، علی اکبر عنابستانی^۳، علی شهدادی^۴

- ۱- دانشجوی دکتری، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران.
- ۲- دانشیار، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران.
- ۳- استاد، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران.
- ۴- دانشیار، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه جیرفت، جیرفت، ایران.

حکیده

تاریخ دریافت: ۱۳ آبان ۱۳۹۹
تاریخ پذیرش: ۲۱ اسفند ۱۳۹۹

مطالعه حاضر با استفاده از رویکرد آینده‌پژوهی اقدام به شناسایی چالش‌های مؤثر بر توسعه اکوسیستم کسب‌وکارهای کارآفرینانه گردشگری در مناطق روستایی شهرستان جیرفت و معادلات ساختاری میان آن‌ها نموده است. برای این کار، ابتدا به جمع‌آوری کدهای تلفیقی از مدل‌ها و پژوهش‌های به‌کاررفته در زمینه کسب‌وکارهای کارآفرینانه گردشگری و همچنین نظرخواهی از ۱۵ کارآفرین روستایی جهت اصلاح آن‌ها اقدام شد. سپس در قالب نرم‌افزار MICMAC، عوامل شناسایی شده از بعد تاثیرگذاری یا تاثیرپذیری مورد بررسی قرار گرفت. جامعه آماری این پژوهش را ۵۴ نفر از صاحبان کسب‌وکارهای گردشگری در سه دهستان واقع در بخش ساردوئیه تشکیل می‌دهند. در ادامه با روش دلفی و نظرسنجی از کارشناسان و صاحب‌نظران در زمینه کسب‌وکارهای کارآفرینانه گردشگری به روابط ساختاری حاصل از این پیشران‌ها اقدام شد. برای این کار از نظر ۵۰ کارشناس به روش نمونه‌گیری غیراحتمالی قضاوتی، در قالب آزمون تحلیل مسیر در نرم‌افزار SPSS اقدام شد. نتایج نشان داده، مسائل مالی و اقتصادی بالاترین ضریب تاثیرگذاری را دارند. ریشه این مشکلات را می‌توان در عواملی همچون بازاریابی و مسائل مالی و بودجه محدود کارآفرینان و حمایت‌های ضعیف از آن‌ها جستجو کرد که می‌تواند تاثیر بسزایی در توسعه اینگونه کسب‌وکارها در آینده داشته باشد.

کلیدواژه‌ها:

اکوسیستم کارآفرینانه، توسعه گردشگری، کسب‌وکارهای گردشگری، آینده‌پژوهی، معادلات ساختاری

مقدمه

در مواجهه با چالش‌های کسب‌وکار گردشگری، برنامه‌ای را پیشنهاد داده‌اند (Riensch et al., 2015). این مسئله در کشورهای درحال توسعه از جمله ایران، به شکل دیگری نمود پیدا می‌کند. در ایران، کسب‌وکارها به‌صورت خودجوش و بدون شناخت به عرصه ظهور می‌رسند و از ثبات پایینی برخوردارند (Perfetto & Vargas-Sánchez, 2018). این مشکلات سبب می‌شود تا بیشتر کارآفرینان بالقوه، برای توسعه کسب‌وکار خود اقدام نکنند و یا آنان که اقدام کرده‌اند در میانه راه متوقف شده و سرانجام دست از کار بکشند. لذا بررسی چالش‌های کسب‌وکارهای گردشگری، مستلزم نگاه فراسیستمی به این بخش است (Ghambarali et al., 2016; Rezaei et al., 2019) که اگر به درستی تحلیل شود و مورد خطاب قرار گیرد، شرایط لازم جهت توسعه آن زودتر از حد انتظار به وقوع می‌پیوندد (Kurgun et al., 2018). بنابراین ضروری به نظر می‌رسد که با به‌کارگیری رویکرد آینده‌نگری از دیدگاه سیستمی، ریشه بسیاری از مشکلات کسب‌وکارهای گردشگری را مشخص کرده و با شناسایی اجزا و ساختارهای

امروزه فعالیت گردشگری نقش عمده‌ای در ایجاد منابع اشتغال‌زا و درآمد پایدار جوامع محلی ایفا می‌کند (Pishbahar & Parchami, 2018). با این حال نباید از موانع موجود نیز غافل شد. زیرا کسب‌وکارهای گردشگری شکل‌گرفته در محیط‌های روستایی (به‌عنوان یک اکوسیستم محلی) با چالش‌های عمده‌ای روبه‌رو هستند که حل این معضلات، تابع شناخت شبکه‌ای از پیشران‌ها و روابط ساختاری میان آن‌ها است (Seidl, 2014). از این جهت، هیچ الگوی مشابهی برای اندازه‌گیری آن وجود ندارد (Tsai et al., 2018; Sowa, 2018). به‌طور مثال، می‌توان به سیاست تنوع‌بخشی فعالیت‌های گردشگری روستایی در کشور نروژ؛ رقابت‌پذیری قومیت‌ها در مناطق روستایی استرالیا؛ بهبود روش‌های آموزشی در زمینه یادگیری کسب‌وکارهای گردشگری و ایجاد کرسی‌های دانشگاهی جهت پیوند آن با صنعت در آلمان اشاره کرد. این سیاست‌ها نشان می‌دهد که هر یک از کشورها

* نویسنده مسئول:

دکتر حمداالله سجاسی قیداری

نشانی: مشهد، دانشگاه فردوسی، دانشکده علوم انسانی، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی.

تلفن: ۴۱۷۰۷۴۳ (۹۱۲) ۹۸+

پست الکترونیکی: ssojasi@um.ac.ir

شش جز اکوسیستم از جمله سیاست، مالی، فرهنگ، حمایت‌ها، سرمایه انسانی و بازار اشاره کرد (Shams et al., 2016; Davari et al., 2017; Keikhakohan et al., 2020)

در سال‌های بعد در این رابطه مطالعات متعددی صورت پذیرفته است و هر عنصر و پیشران‌های خاص خود را به‌عنوان فاکتورهای اثرگذار معرفی کرده‌اند. به‌عنوان نمونه؛ سورش و رامراج^۳ (۲۰۱۲) در مطالعه کیفی خود هفت مؤلفه (حمایت اخلاقی، مالی، فنی، اجتماعی، شبکه‌ای، دولت و محیطی) را به‌عنوان اجزای اکوسیستم تشخیص دادند. کالن^۴ و همکاران (۲۰۱۴) ضمن توجه به روند پیش‌بینی شده اقتصادی درازمدت و آسیب‌پذیری کسب‌وکارهای گردشگری در مناطق روستایی پیشنهاد می‌کنند که عناصر بحرانی در یک محیط کاری شناسایی شود. هجالگر^۵ و همکاران (۲۰۱۸) به این نتیجه رسیده‌اند که پتانسیل رشد چشمگیر کسب‌وکارهای گردشگری روستایی در دانمارک، نروژ و سوئد بسیار بالاست. با این حال، پنج شکاف نوآوری از جمله؛ (۱) عدم دسترسی فراگیر به اطلاعات کسب‌وکارها، (۲) موانع اطلاعاتی (عدم نشر فراگیر اطلاعات در سازمان‌ها)، (۳) شکاف دانش (موانع شناسایی اطلاعات بروز شده)، (۴) انگیزه تغییر و (۵) تفسیر منابع و انتقال آن، کارآفرینی گردشگری را در این مناطق را مختل می‌کند. دلیچ و پریچ^۶ (۲۰۱۸) به این نتیجه رسیدند توسعه اکوسیستم کسب‌وکارها به‌شدت از شاخص‌هایی نظیر؛ رهبری، تراکم شبکه، دولت، استعداد، خدمات پشتیبانی، تعامل، شرکت‌ها و سرمایه تأثیر می‌پذیرد.

با مرور مطالعات انجام‌شده به وضوح می‌توان دریافت که در مدل‌های موردنظر، پوشش تمامی چالش‌های کسب‌وکار، بسیار کم بوده و هر کدام از صاحب‌نظران به بخشی از این مشکلات اشاره کرده‌اند. در پژوهش حاضر سعی شد تا با استخراج ابعاد هفت‌گانه (مسائل طبیعی و زیست‌محیطی؛ سیاست‌های دولتی و رویه‌های قانونی؛ شرایط اقتصادی؛ هنجارهای اجتماعی و فرهنگی حاکم بر جامعه؛ تکنولوژی و زیرساخت‌ها؛ منابع انسانی و مسائل انگیزشی و روانی)، مرکب از مدل‌ها و پژوهش‌های ذکرشده، در راستای پوشش تمامی مسائل کسب‌وکارها اقدام شود. تفاوتی که خروجی این پژوهش با مدل‌های ارائه‌شده دارد در ارائه الگوی مؤثر بر چالش‌های کسب‌وکارهای گردشگری بر اساس روابط آینده‌پژوهی و معادلات ساختاری از بطن عناصر سایر پژوهش‌ها در این زمینه است که آن را از حالات مدل خارج کرده و بر اساس معادلات علمی به سمت طراحی الگو سوق می‌دهد. در این الگو قرار است بخشی از واقعیت کسب‌وکارهای گردشگری ایران در قالب روابط اثرگذاری یا اثرپذیری و همچنین روابط علی و همبسته بین عناصر محلی سنجیده شود.

3. Suresh & Ramraj
4. Kline
5. Hjalager
6. Delić & Perić

اکوسیستم و روابط میان آن‌ها، راه‌حلی خلاقانه برای هدایت کسب‌وکارها به سمت جریان مطلوب، ارائه نمود (Falah et al., 2016; Hosseini & Mozaffari, 2009). در این رابطه می‌توان روستاهای بخش ساردوئیه در شهرستان جیرفت را مثال زد که به دلیل موقعیت جغرافیایی، روستاهای این بخش به یک مجموعه عظیم گردشگری تبدیل شده‌اند و کسب‌وکارهای زیادی در آن‌ها شکل گرفته است با این حال مشکلات عدیده‌ای از جمله بروکراسی‌های اداری طولانی برای راه‌اندازی کسب‌وکار، مشکلات مدیریتی در راه‌اندازی طرح‌های گردشگری؛ عدم وجود قوانین حقوقی مناسب و حمایتی از کارآفرینان؛ فقدان زیرساخت‌های ارتباطی؛ وجود بعضاً هنجارهای نامناسب اجتماعی و فرهنگی و... سبب شده تا فضای نامساعدی پیش روی فعالان این بخش قرار گیرد. لذا لازم است تا با بررسی چالش‌های دخیل در این زمینه و تعامل ساختاری میان آن‌ها، به درکی مشترک از چالش‌های آن رسیده تا اثربخشی لازم را داشته باشد. بنابراین سوالاتی که مطرح می‌شود این است که؛ مؤلفه‌های بازدارنده کلیدی دخیل در زمینه توسعه اکوسیستم کسب‌وکارهای کارآفرینانه گردشگری روستایی در بخش ساردوئیه شهرستان جیرفت کدام‌اند؟

مروری بر ادبیات موضوع

موضوع کسب‌وکارها ارتباط عمیقی با بحث‌های توسعه پایدار دارد. از این رو بی‌شک مناسب‌ترین چهارچوب جهت بررسی تأثیر تمامی عوامل مؤثر بر پدیده اکوسیستم کسب‌وکارها، رویکرد سیستمی یا دیدگاه همه‌جانبه نگر است که استدلال می‌کند افراد با چه چالش‌هایی در کسب‌وکارها درگیر هستند و چه عواملی بر موفقیت یا ناکامی بلندمدت آن‌ها تأثیرگذار است (Meigounpoory et al., 2019; Farzin et al., 2020). هرچند قوانین سیستماتیک محیط‌های شکل‌دهنده فضای کسب‌وکارها در محدوده سرزمینی یکسان‌اند، اما فرض اصلی بر این امر استوار است که زیرسیستم‌ها متشکل از ارزش‌های فرهنگی و هنجارهای محلی هستند که هر ناحیه جغرافیایی را نسبت به سایر نواحی جدا می‌سازد (Cooper, 2007; Farzin et al., 2020). ارائه مدل اکوسیستم‌های کسب‌وکارهای کارآفرینانه برای اولین بار توسط والدز^۱ (۱۹۸۸) ارائه شد. وی در ارائه مدل خود بیان می‌کند که رفتار انسانی، حاصل تعامل فرد با محیط اطرافش است (Nowruzi et al., 2018; Roozbahani et al., 2020). یک سال پس از والدز، دانشمندی به اسم دوبنی، مفهوم اکوسیستم‌های کسب‌وکارهای کارآفرینانه را مرکب از سرمایه در دسترس برای سرمایه‌گذاری، کسب‌وکارهای خانوادگی، حمایت‌ها و سیاست‌های عمومی، فرهنگ و زیرساخت‌ها می‌داند (Ghambarali et al., 2016). از آنجایی که در آن زمان چهارچوبی یکپارچه از بحث اکوسیستم کارآفرینانه وجود نداشت، آیزنبرگ^۲ (۲۰۱۰) در نظریه خود به

1. Valdez
2. Isenberg

روش‌شناسی تحقیق

کدهای تلفیقی از مدل‌ها و مطالعات نامبرده شده در این پژوهش (در رابطه با اکوسیستم کسب‌وکارهای گردشگری)، اقدام شد. سپس از ۱۵ کارآفرین جهت بومی‌سازی شاخص‌ها و اصلاح آن‌ها کمک گرفته شد. در نهایت ۳۱ کد شناسایی شده مطابق جدول شماره ۱ استخراج شد.

نوع پژوهش حاضر، کاربردی و توسعه‌ای و به لحاظ روش، توصیفی - تحلیلی است. اطلاعات موردنیاز به کمک پرسشنامه نظرخواهی شده از کارآفرینان بخش کسب‌وکارهای گردشگری نخبگان و صاحب‌نظران گردآوری شد. در ابتدای امر به جمع‌آوری

جدول ۱. مؤلفه‌ها و شاخص‌های به‌کاررفته در پژوهش.

اختصار	کدهای استخراج شده
C1	مخاطرات محیط طبیعی (مانند سیل، زلزله، یخبندان و ...)
C2	فصلی بودن کسب‌وکارهای گردشگری
C3	محدودیت‌های دسترسی به خدمات و زیرساخت‌های فیزیکی در مناطق روستایی
C4	مشکلات زیست‌محیطی
C5	وجود بروکراسی‌ها و تشریفات اداری زمانبر
C6	سطح سواد حقوقی پایین کارآفرینان
C7	ضعف خدمات حمایتی (مالی و زیرساختی) متأثر از سیاست‌های ارزی ناشی از تحریم‌ها بر فضای کسب‌وکار
C8	فسادها و تبعیض‌های موجود
C9	مشکلات قوانین مالیاتی، راه‌اندازی کسب‌وکار و قیمت‌گذاری در زمینه کسب‌وکارهای گردشگری
C10	مدیریت سردرگم و تعدد دستگاه‌های متولی زیرمجموعه دولت
C11	شناخت ضعیف کارآفرینان نسبت به مشاغل گردشگری
C12	ضعف در بازاریابی محصولات گردشگری
C13	استراتژی‌های نامطلوب بازار رقابتی
C14	امور مالی و مشکلات بودجه در دسترس کارآفرینان
C15	نبود شبکه تعاملی میان کارآفرینان
C16	الگوپردازی‌های نابجا از کسب‌وکارهای اطرافیان
C17	ضعف در فرهنگ کارآفرینی و پذیرش نوآوری‌ها
C18	ضعف مسائل آموزشی و تحصیلی
C19	نداشتن احساس امنیت و پایداری کسب‌وکارها
C20	مشکلات عدیده ساختاری و مدیریتی
C21	ضعف در ارتباط شبکه‌ای بین پیوندهای گردشگری و صنعت
C22	ضعف ساماندهی فیزیکی شبکه یکپارچه خدمات کسب‌وکارها
C23	ضعف در زیرساخت‌های تجاری و فناوری اطلاعات
C24	پایین بودن روحیه همکاری و مشارکت
C25	بی‌تجربگی و فقدان دانش جمع‌گرا
C26	درک پایین جامعه محلی نسبت به کسب‌وکارهای گردشگری
C27	مشکلات شراکت نامناسب
C28	پیوندهای اجتماعی ضعیف
C29	عدم انگیزه کافی در راه‌اندازی کسب‌وکارهای گردشگری
C30	داشتن نگرش ایستا نسبت به شکل‌گیری کسب‌وکارها
C31	شرایط جسمی و نداشتن الگو و برنامه موفق در زمینه کسب‌وکارها

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: پرسشنامه محقق ساخته، ۱۳۹۹

بومگردی (احداث کاروانسرا و خانه‌های قدیمی)؛ تأسیس و راه‌اندازی فعالیت‌های خدماتی؛ احداث غرفه‌های صنایع‌دستی و فراوری‌های دامی و کشاورزی تشکیل می‌دهند.

برای محاسبه حجم نمونه، از محاسبات آماری به روش کوکران استفاده شده است. با توجه به اینکه در جامعه مورد مطالعه را ۸۵ مورد از کسب‌وکار تشکیل می‌دهد، بنابراین از فرمول کوکران با خطای ۰/۰۸ محاسبه شد. در نهایت، نمونه آماری این پژوهش را ۵۴ نفر از کارآفرینان تشکیل دادند (جدول شماره ۲). دلیل استفاده از کارآفرینان جهت تعیین پیشران‌های کلیدی، آشنایی آن‌ها با مشکلات و چالش‌های پیش رو است که آن را به خوبی لمس کرده‌اند.

در ادامه و در بخش دوم پژوهش، به بررسی روابط ساختاری حاصل از پیشران‌های به‌دست‌آمده از نظر کارشناسان، متخصصین و اساتید دانشگاهی در حوزه گردشگری استفاده شد. با توجه به عدم امکان تخمین صحیح از حجم نمونه، اقدام به جمع‌آوری اطلاعات از ۵۰ نفر به روش نمونه‌گیری غیراحتمالی قضاوتی شد تا نظرات گردآوری‌شده کاملاً کارشناسی شده و نمونه‌ها مرتبط با موضوع تحقیق باشند. در انتها نیز الگوی به‌دست‌آمده به لحاظ اثرات ثابت و یا تصادفی بودن موردسنجش قرار گرفت.

این پژوهش شامل دو بخش است. بخش اول آن به بررسی پیشران‌های دخیل در بحث چالش‌های پیش روی کارآفرینان گردشگری در راه‌اندازی کسب‌وکارهای پردازد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و پیشران‌های کلیدی مؤثر از نرم‌افزار MICMAC استفاده شد. در ابتدا تأثیر متغیرها نسبت به یکدیگر از صفر تا چهار بر اساس نظر کارآفرینان ارزش‌گذاری شد، سپس تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم و همچنین شاخص‌های داری پتانسیل اثرگذار و اثرپذیر مستقیم و غیرمستقیم و در نهایت تأثیرگذارترین شاخص‌های کلیدی شناسایی شدند.

جامعه آماری جهت تعیین پیشران‌های کلیدی را کارآفرینان بخش ساردوئیه در سه دهستان ساردوئیه، گور و دلفارد تشکیل می‌دهند. به عبارتی، افرادی انتخاب شده‌اند که صرفاً اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکار در زمینه گردشگری کرده‌اند. عمده کسب‌وکارهای شناسایی‌شده در زمینه گردشگری مناطق روستایی بخش ساردوئیه را کسب‌وکارهایی از جمله تأسیس و راه‌اندازی هتل و رستوران (درجه ۱، ۲ و ۳)؛ تأسیس و راه‌اندازی غذاخوری (غذاخوری سنتی، فست‌فودی، کبابی)؛ راه‌اندازی قهوه‌خانه، چایخانه و کافه؛ تأسیس و راه‌اندازی خانه و اتاق‌های اجاره‌ای (خانه‌های ویلایی و اجاره‌ای، احداث سویت‌ها، احداث باغ‌های اجاره‌ای جهت گردشگری باغی)؛ راه‌اندازی اقامتگاه‌های

جدول ۲. تعداد کل کارآفرینان بخش ساردوئیه واقع در شهرستان جیرفت و نمونه‌های اختصاص یافته به هر یک از طبقات.

شماره	نام دهستان	نام روستا	جمع کل کسب‌وکارهای راه‌اندازی شده در بخش گردشگری	تعداد نمونه‌ها
۱	ساردوئیه	قنات سامان	۶	۴
		دهوالی	۶	۵
		محمدآباد	۴	۲
		دره‌رود	۶	۵
		جمع	۲۲	۱۶
۲	دلفارد	باغعلیشیر	۱۴	۹
		دره‌های	۱۰	۷
		کراه	۱۸	۱۲
		جمع	۴۲	۲۸
۳	گور	گورعلیا	۹	۶
		گورسغلی	۷	۴
		جمع	۱۶	۱۰
-	-	جمع کل	۸۵	۵۴

یافته‌ها

صادراتی دارند.

تحلیل پیش‌ران‌های مؤثر در مسئله چالش اکوسیستم کسب‌وکارهای گردشگری روستایی با رویکرد آینده‌پژوهی

کدهای ۳۱ گانه شناسایی شده‌ای که با استفاده از روش ترکیبی از سایر پژوهش‌ها و همچنین نظر کارآفرینان محلی به دست آمد، وارد نرم‌افزار MICMAC گردید. روش کار در این نرم‌افزار این‌گونه است که ارجحیت متغیرها در قالب یک مقایسه زوجی (مقایسه دو به دو به صورت سطری و ستونی) توسط خبرگان تشخیص داده می‌شود. سیستم نمره‌دهی از عدد صفر تا سه و عدد P را شامل می‌شود. عدد صفر به معنای عدم تأثیرگذاری، عدد ۱ به معنای تأثیرگذاری ضعیف، عدد ۲ به معنای تأثیرگذاری متوسط، عدد ۳ به معنای اثرگذاری قوی و عدد P به معنای اثرگذاری بالقوه است. همان‌طور که در جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود، ابعاد ماتریس ۳۱ × ۳۱ و درجه پرشدگی ماتریس ۷۵/۴۳ درصد است که نشان از مطلوبیت آن دارد.

در ادامه سعی شد تا نقش هر یک از متغیرها تشریح شود. تصویر شماره ۱، نقشه پراکندگی متغیرهای پژوهش را به لحاظ تأثیرگذاری یا تأثیرپذیری در فرایند شناسایی چالش‌های ۳۱ گانه را نشان می‌دهد.

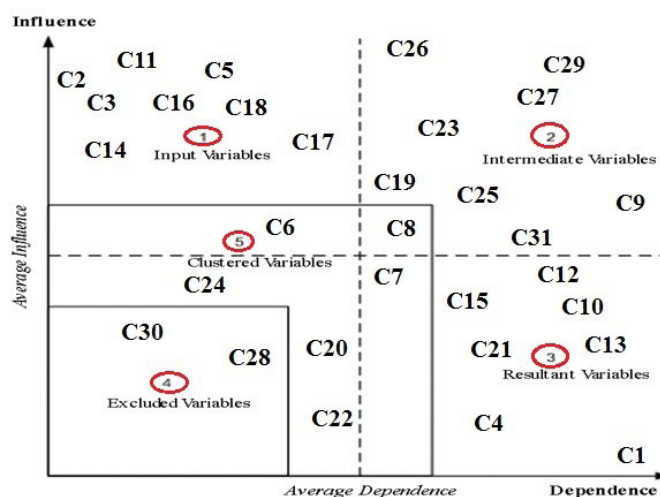
یافته‌های به دست آمده از بررسی وضعیت کارآفرینان روستایی گردشگری نشان می‌دهد، ۸۲/۴۳ درصد از آن‌ها به لحاظ جنسیت، مرد هستند. ۵۸/۳۲ آن‌ها در گروه‌های سنی ۳۱-۴۵ قرار دارند. ۶۷/۰۲ آن‌ها دارای تحصیلات دیپلم و فوق دیپلم هستند و سابقه فعالیتی بین ۱ تا ۷ سال را دارند. میانگین درآمد ثبت شده ۳۶/۳ درصد از کارآفرینان بین ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان در ماه است و مابقی کمتر از ۱۰ میلیون تومان است. میزان اشتغال‌زایی مشاغل کمتر از هفت تا ده نفر را شامل است که نشان از کوچک‌مقیاس بودن این کسب‌وکارها دارد. کسب‌وکارها عمدتاً به صورت فردی ایجاد شده‌اند. ۷۰ درصد از کارآفرینان، دوره‌های آموزشی خاصی را نگذرانده و منابع مالی ۶۵ درصد از آن‌ها نیز به وسیله وام تأمین گردیده است. ۳۹ درصد از آن‌ها انگیزه خود را درآمدزایی ذکر کرده‌اند. حدود ۶۹/۹۸ درصد از آن‌ها از آخرین تحولات بازار حوزه گردشگری در حوزه کسب‌وکار خود ناآگاه بوده و از فناوری‌های جدید جهت رونق کسب‌وکار خود بی‌بهره‌اند. فقط ۲۰/۲۱ درصد از آن‌ها در حوزه کسب‌وکارشان از سایت یا شبکه‌های اجتماعی جهت تبلیغ محصول استفاده می‌کنند. ۸۹/۶ درصد از آن‌ها از متمایز کردن کسب‌وکارشان نسبت به دیگران بی‌بهره بوده و همچنین از این بین، تنها حدود ۱۰/۶۳ درصد از آن‌ها تولیدات

جدول ۳. ویژگی‌های ماتریس اولیه.

ابعاد ماتریس	کل	تعداد P	تعداد عدد سه	تعداد عدد دو	تعداد عدد یک	تعداد عدد صفر	تعداد دور تکرار مدل	درجه پرشدگی ماتریس
۳۱×۳۱	۶۱۴	۱۱	۱۴	۲۵۲	۳۳۷	۳۴۷	۲	۷۵/۴۳

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های میدانی، ۱۳۹۹



تصویر ۱. نقشه پراکندگی متغیرهای پژوهش به لحاظ تأثیرپذیری و تأثیرگذاری. منبع: یافته‌های میدانی، ۱۳۹۹

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

گردشگری و صنعت می‌توان به‌عنوان متغیرهای حاصل یا بردار نام برد.

(۴) متغیرهای مستقل: این متغیرها نه مؤثر و نه وابسته هستند. بنابراین آن‌ها تأثیر کمی روی سیستم مورد مطالعه دارند اما با گذشت زمان، نقش آن‌ها تغییر می‌کنند. از دو متغیر پیوندهای اجتماعی ضعیف؛ داشتن نگرش ایستا نسبت به شکل‌گیری کسب‌وکارها می‌توان به‌عنوان متغیرهای مستثنا نام برد.

(۵) متغیرهای تنظیمی: این متغیرها به اندازه کافی تأثیرگذار یا وابسته نیستند. از متغیرهایی همچون سطح سواد حقوقی پایین کارآفرینان؛ ضعف خدمات حمایتی ناشی از تأثیر سیاست‌های ارزی ناشی از تحریم‌ها بر فضای کسب‌وکار؛ فسادها و تبعیض‌های موجود؛ مشکلات عدیده ساختاری و مدیریتی؛ ضعف ساماندهی فیزیکی شبکه یکپارچه خدمات کسب‌وکارها؛ پایین بودن روحیه همکاری و مشارکت را می‌توان در این دسته جای داد.

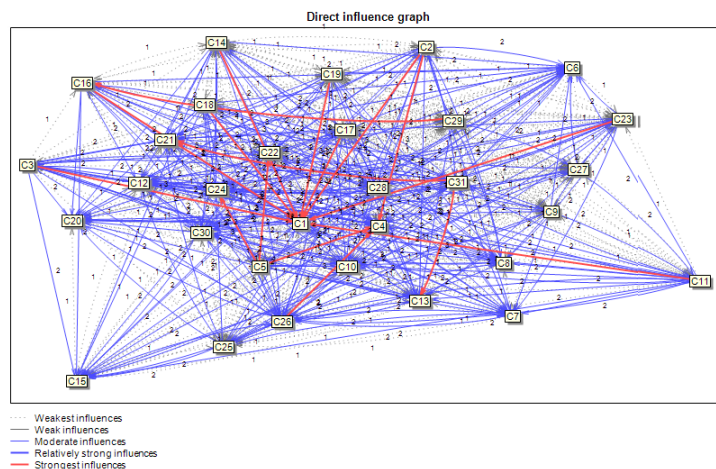
تحلیل تأثیرات پتانسیل مستقیم متغیرها بر یکدیگر

با اتکا به یافته‌های تصویر شماره ۲، نیروهای پیشران کلیدی به لحاظ تأثیرگذاری به‌صورت زیر قابل ارائه خواهد بود. در این راستا، با توجه به ۳۱ چالش کلی بررسی شده، متغیرهای محدودیت‌های دسترسی از قبیل راه‌های ارتباطی و... با میزان خالص اثرگذاری (۳۵)؛ فصلی بودن کسب‌وکارها در پی مسائل اقلیمی با میزان خالص اثرگذاری (۲۹)؛ شناخت ضعیف کارآفرینان نسبت به مشاغل با خالص اثرگذاری (۲۹)؛ الگوبرداری‌های نابجا از کسب‌وکارهای اطرافیان با خالص اثرگذاری (۲۵)؛ الگوبرداری‌های نابجا از کسب‌وکارهای اطرافیان با خالص اثرگذاری (۲۵)؛ ضعف مسائل آموزشی و تحصیلی با خالص اثرگذاری (۲۴) به ترتیب بالاترین ارزش ستونی محاسبه شده و دارای بیشترین میزان تأثیرگذاری بر سایر متغیرها را دار هستند. به عبارتی، مهم‌ترین ویژگی این متغیرها، تأثیرپذیری پایین و تأثیرگذاری بالاست.

(۱) متغیرهای تأثیرگذار یا استراتژیک: این متغیرها از تأثیرگذاری و استقلال بسیار بالایی برخوردارند، همچنین تأثیر زیادی بر پویایی سیستم دارند. در صورت امکان، این متغیرها باید هنگام اجرای برنامه‌های توسعه در اولویت قرار گیرند. از متغیرهایی همچون فصلی بودن کسب‌وکارها در پی مسائل اقلیمی؛ محدودیت‌های دسترسی به خدمات و زیرساخت‌های فیزیکی در مناطق روستایی؛ وجود بروکراسی‌ها و تشریفات اداری زمان‌بر؛ شناخت ضعیف کارآفرینان نسبت به مشاغل گردشگری؛ الگوبرداری‌های نابجا از کسب‌وکارهای اطرافیان؛ ضعف در فرهنگ کارآفرینی و پذیرش نوآوری‌ها؛ ضعف مسائل آموزشی و تحصیلی می‌توان به‌عنوان متغیرهای ورودی نام برد.

(۲) متغیرهای دوجوهی: این متغیرها هم تأثیرگذار و هم بسیار وابسته هستند. بنابراین از نظر ماهیت، ناپایدار هستند. هر اقدامی که روی این متغیرها انجام شود، به شدت بر پویایی سیستم تأثیر می‌گذارد. متغیرهایی همچون مشکلات قوانین مالیاتی در زمینه کسب‌وکارهای گردشگری؛ نداشتن احساس امنیت و پایداری کسب‌وکارها؛ ضعف در زیرساخت‌های تجاری و فناوری اطلاعات؛ بی‌تجربگی و فقدان دانش جمع‌گرا؛ درک پایین جامعه محلی نسبت به کسب‌وکارهای گردشگری؛ مشکلات شراکت نامناسب؛ عدم انگیزه کافی در راه‌اندازی کسب‌وکارهای گردشگری؛ شرایط جسمی و نداشتن الگو و برنامه موفق در زمینه کارآفرینی گردشگری در این دسته جای دارند.

(۳) متغیرهای تأثیرپذیر یا وابسته: این متغیرها تأثیرگذار نیستند اما بسیار وابسته هستند. بنابراین رفتار آن‌ها ناشی از تأثیر متغیرهای دیگر است و اصولاً نقش متغیرهای ورودی و واسطه را ایفا می‌کنند. از متغیرهایی همچون مخاطرات محیط طبیعی؛ مسائل زیست‌محیطی؛ مدیریت سردرگم و تعدد دستگاه‌های متولی زیرمجموعه دولت؛ ضعف در بازاریابی محصولات گردشگری؛ استراتژی‌های نامطلوب بازار رقابتی؛ نبود شبکه تعاملی میان کارآفرینان؛ ضعف در ارتباط شبکه‌ای بین پیوندهای



تحلیل تأثیرات پتانسیل غیرمستقیم متغیرها بر یکدیگر

قرار گرفته‌اند.

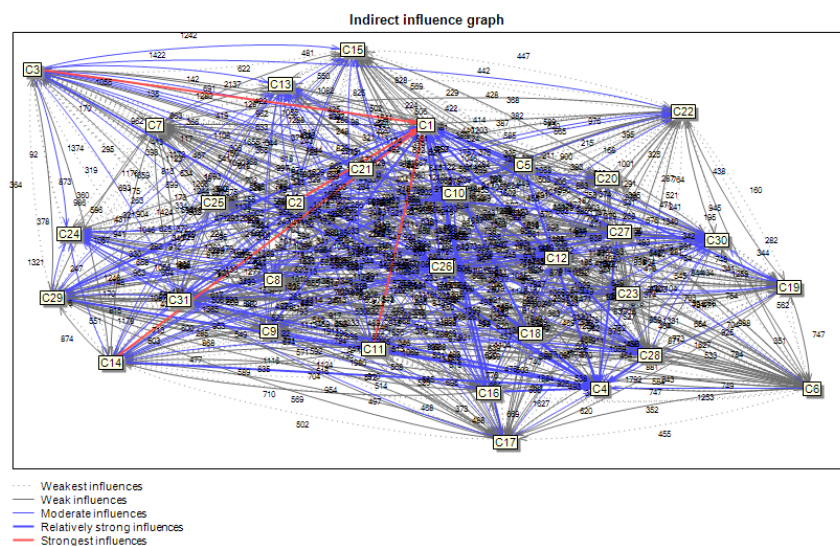
تدوین الگوی ساختاری چالش‌های اثرگذار بر توسعه اکوسیستم کسب‌وکارهای گردشگری

برای تدوین الگوی سازگار با شرایط منطقه‌ای از آزمون تحلیل مسیر استفاده شد. با توجه به اینکه پژوهش حاضر یک ارزیابی انتقادی از وضع موجود و چالش‌های پیش روی کارآفرینان حوزه گردشگری است، متغیر توسعه کسب‌وکارهای گردشگری روستایی به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شد. در این روش، همبستگی متغیرهای مستقل با متغیر وابسته به لحاظ ضرایب استاندارد و غیراستاندارد سنجیده می‌شود. نتایج جدول شماره ۵ و تصویر شماره ۵ نشان داد، مسائلی همچون شناخت ضعیف کارآفرینان از مشاغل گردشگری؛ ضعف در بازاریابی محصولات گردشگری؛ استراتژی‌های نامطلوب بازار رقابتی؛ امور مالی و مشکلات بودجه در دسترس کارآفرینان بخش گردشگری سبب شده تا مسائل مالی و اقتصادی (۰/۳۷۰) بیشترین ضریب تأثیرگذاری را بر مسئله توسعه کسب‌وکارهای گردشگری دارند. همچنین مسائل سرمایه انسانی به دلایلی همچون پایین بودن روحیه همکاری و مشارکت؛ بی‌تجربگی و فقدان دانش جمع‌گرا؛ درک پایین جامعه محلی نسبت به کسب‌وکارهای گردشگری؛ مشکلات شراکت نامناسب و پیوندهای اجتماعی ضعیف سبب شده تا این مؤلفه نیز از ضریب بسیاری بالایی (۳۳۶) برخوردار باشد.

با اتکا به یافته‌های تصویر شماره ۳ و جدول شماره ۴، در این میان متغیرهای ۳۱گانه، متغیرهای محدودیت دسترسی به خدمات و زیرساخت‌های فیزیکی از قبیل دسترسی به راه ارتباطی و... با خالص اثرگذاری (۳۱۵۰۳)، فصلی بودن کسب‌وکارهای در پی مسائل اقلیمی (۲۶۵۷۱)، امور مالی و مشکلات بودجه در دسترس کارآفرینان (۲۵۵۱۰) شناخت ضعیف کارآفرینان نسبت به مشاغل گردشگری (۲۵۴۹۱) و الگوبرداری‌های نابجا از کسب‌وکارهای اطرافیان (۲۱۵۵۳) به ترتیب دارای بیشترین ارزش ستونی محاسبه شده و دارای بیشترین میزان تأثیرپذیری از دیگر متغیرها بوده‌اند.

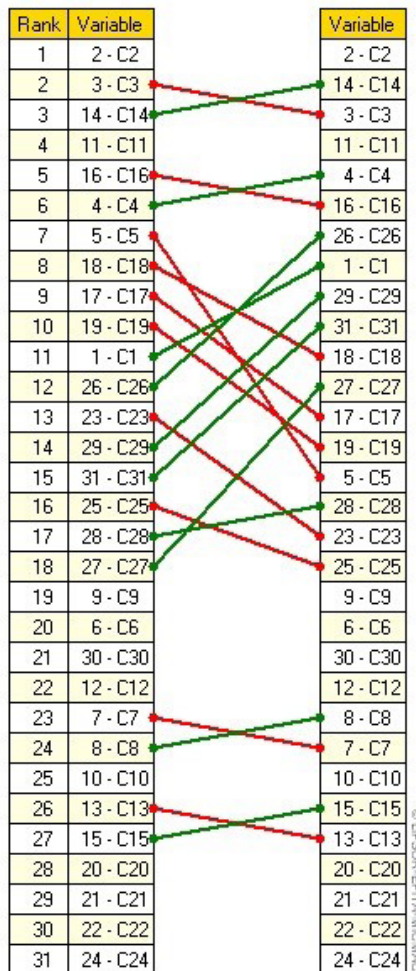
ماتریس تأثیرگذاری و وابستگی بالقوه مستقیم و غیرمستقیم شاخص‌ها

برحسب ماتریس تأثیرگذاری و وابستگی بالقوه مستقیم و غیرمستقیم در سمت چپ تصویر شماره ۴، می‌توان گفت که شاخص‌های فصلی بودن کسب‌وکارها در پی مسائل اقلیمی و محدودیت‌های دسترسی به خدمات و زیرساخت‌های فیزیکی از قبیل راه‌های ارتباطی در رتبه‌های اول تأثیرگذاری مستقیم قرار گرفته‌اند و بیشترین سهم را در این ارتباط دارا هستند. در قسمت سمت راست تصویر شماره ۴، شاخص‌های فصلی بودن کسب‌وکارها در پی مسائل اقلیمی و امور مالی و مشکلات بودجه در دسترس کارآفرینان در رتبه‌های اولیه اثرگذاری غیرمستقیم



تصویر ۳. نقشه روابط غیرمستقیم بین متغیرها (تأثیرات بسیار ضعیف تا بسیار قوی). منبع: یافته‌های میدانی، ۱۳۹۹

Classify variables according to their influ



تصویر ۴. تحلیل اثر وابستگی مستقیم (سمت چپ) و غیرمستقیم بالقوه (سمت راست). منبع: یافته‌های میدانی، ۱۳۹۹

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

جدول ۴. رتبه‌بندی عوامل کلیدی تأثیرگذار (مستقیم در سمت چپ و غیرمستقیم در سمت راست).

رتبه	تأثیر گذاری مستقیم	تأثیر گذاری غیرمستقیم
۱	فصلی بودن کسب و کارها در پی مسائل اقلیمی	فصلی بودن کسب و کارها در پی مسائل اقلیمی
۲	محدودیت‌های دسترسی به خدمات و زیرساخت‌های فیزیکی از قبیل راه‌های ارتباطی و...	امور مالی و مشکلات بودجه در دسترس کارآفرینان بخش گردشگری
۳	امور مالی و مشکلات بودجه در دسترس کارآفرینان بخش گردشگری	محدودیت‌های دسترسی به خدمات و زیرساخت‌های فیزیکی از قبیل راه‌های ارتباطی و...
۴	شناخت ضعیف کارآفرینان نسبت به مشاغل گردشگری	شناخت ضعیف کارآفرینان نسبت به مشاغل گردشگری
۵	الگوبرداری‌های نابجا از کسب و کارهای اطرافیان	الگوبرداری‌های نابجا از کسب و کارهای اطرافیان

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

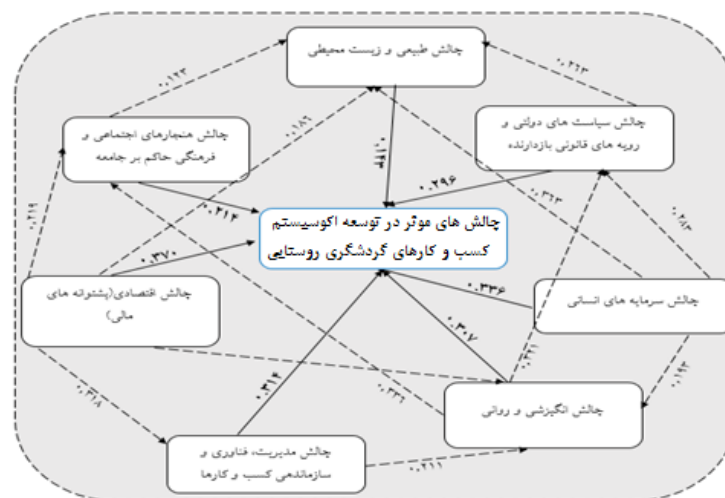
منبع: یافته‌های میدانی، ۱۳۹۹

جدول ۵. بررسی الگوی ساختاری عوامل اثرگذار بر توسعه اکوسیستم کسب‌وکارهای گردشگری روستایی.

متغیر مستقل	مسیر	متغیر وابسته	ضریب استاندارد شده		ضریب غیراستاندارد	
			بتا	معناداری	بتا	معناداری
طبیعی	←	توسعه اکوسیستم کسب‌وکارهای گردشگری	۰/۱۳۳	۰/۰۰۲	۰/۲۶۳	۰/۰۰۰
حقوقی و قانونی	←		۰/۲۹۶	۰/۰۰۰	۰/۱۵۳	۰/۰۰۰
مسائل مالی و اقتصادی	←		۰/۳۷۰	۰/۰۰۰	۰/۱۸۴	۰/۰۰۰
اجتماعی	←		۰/۲۱۴	۰/۰۰۳	۰/۲۴۱	۰/۰۰۰
مدیریتی	←		۰/۳۱۴	۰/۰۰۰	۰/۱۱۶	۰/۰۰۰
سرمایه‌های انسانی	←		۰/۳۳۶	۰/۰۰۰	۰/۰۹۶	۰/۰۰۰
انگیزشی	←		۰/۳۰۷	۰/۰۰۰	۰/۱۰۱	۰/۰۰۰

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های میدانی، ۱۳۹۹



فصلنامه پژوهش‌های روستایی

تصویر ۵. مدل ساختاری چالش‌های مؤثر در توسعه اکوسیستم کسب‌وکارهای گردشگری روستایی. منبع: یافته‌های میدانی، ۱۳۹۹

برای تشخیص ثابت یا تصادفی بودن الگوی به‌دست‌آمده بحث می‌کند که دارای تابع کای-دو با درجه آزادی برابر با تعداد متغیرهای مستقل (K) است.

$$W = x^2(K) = [b - \hat{\beta}] \Sigma^{-1} [b - \hat{\beta}]$$

$$\text{Var}[b - \hat{\beta}] = \text{var}[b] - \text{var}[\hat{\beta}]$$

سنجش نرمال بودن اجزای مدل: یکی از مهم‌ترین فرضیات ترسیم الگو، نرمال بودن متغیرهای اصلی و باقیمانده‌های مدل (تفاضل مقادیر اندازه‌گیری‌شده و پیش‌بینی‌شده بر اساس معادله تجربی) است که با استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنف این فرض سنجیده می‌شود. مطابق جدول شماره ۶، با توجه به بزرگ‌تر بودن مقدار احتمال یا معناداری (۰/۲۰۰) از احتمال خطای نوع اول (۰/۰۵)، فرض صفر که معتبر بودن توزیع نرمال برای داده‌ها است، رد نمی‌شود.

نوع اثرات متغیرهای مستقل بر وابسته: آماره این آزمون که

بررسی دقت الگوی ارائه‌شده: علاوه بر مقدار ضریب همبستگی آماره دوربین واتسون و تلورانس (معکوس VIF) برای ارزیابی صحت رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته استفاده می‌شود.

چنانچه آماره دوربین واتسون در بازه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار گیرد بین خطاها (اختلاف بین مقادیر محاسبه‌شده و مقدار پیش‌بینی‌شده توسط معادله مدل) همبستگی وجود ندارد. در مدل ارائه‌شده مقدار آماره دوربین واتسون برابر با ۱/۷۴ است در نتیجه مدل ارائه‌شده از لحاظ این آماره پذیرفته شدنی است و از دقت بالایی برخوردار است (جدول شماره ۸).

در این آزمون چنانچه H_0 پذیرفته شود، اثرات متغیرهای وابسته بر مستقل از نوع تصادفی است و در صورت پذیرفته شدن H_1 اثرات متغیرهای وابسته بر مستقل از اثرات ثابت است. خلاصه نتایج آزمون هاسمن در جدول شماره ۷ ارائه شده است.

همان‌طور که نتایج جدول شماره ۷ نشان می‌دهد، مقدار این آماره برای تمام مدل‌ها معنادار بوده و سطح معناداری گزارش‌شده در این جدول برای مدل کمتر از ۰/۰۵ است و بیانگر رد فرضیه H_0 و پذیرش فرضیه H_1 در سطح اطمینان ۹۵ درصد بوده و بر استفاده از روش اثرات ثابت و نه تصادفی دلالت دارد.

جدول ۶. تست نرمال بودن مدل با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنف.

تعداد	پارامترهای نرمال		شدت تفاوت‌ها		
	میانگین	انحراف معیار	قدرمطلق	مثبت	منفی
۵۰	۳/۴۱	۰/۱۹۵۴۱	۰/۰۹۴	۰/۰۹۴	-۰/۰۷۴

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های میدانی، ۱۳۹۹

جدول ۷. نتایج آزمون هاسمن در الگوی پژوهش.

نوع آمار محاسباتی	میزان آماره محاسباتی	مقدار احتمال	نتیجه
χ^2	۱۰/۳۲۵۱	۰/۰۰۲	فرضیه H_0 رد می‌شود پس مدل دارای اثرات ثابت است.

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های میدانی، ۱۳۹۹

جدول ۸. آماره دوربین واتسون جهت بررسی دقت مدل.

خلاصه مدل					
آماره دوربین واتسون	خطای استاندارد میانگین	ضریب تعیین تعدیل‌شده	ضریب تعیین	مقدار R	مدل
۱/۷۳۹	۰/۰۰۰	۱/۰۰	$b/۰.۰$	$a/۰.۰$	۱

a: پیش‌بینی‌کننده‌ها: چالش محیط طبیعی، چالش عوامل اقتصادی، هنجارهای اجتماعی، مسائل انگیزشی، عوامل حقوقی بازدارنده، چالش‌های مدیریتی، فناوری و سازمان‌دهی کسب‌وکارها، چالش سرمایه‌های انسانی

b: متغیرهای وابسته: عدم موفقیت یا عدم بازدهی مناسب توسعه کسب‌وکارهای گردشگری روستایی

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های میدانی، ۱۳۹۹

بحث و نتیجه‌گیری

و استخراج ۳۱ کد یا پیش‌ران شروع شد. در ادامه به تعیین نقش تأثیرگذاری یا تأثیرپذیری هر کدام از پیش‌ران‌های مرتبط با چالش‌های پیش روی کارآفرینان روستایی با استفاده از نرم‌افزار MICMAC اقدام شد. نتایج این بخش نشان از تأثیرگذاری متغیرهایی همچون فصلی بودن کسب‌وکارها در پی مسائل اقلیمی؛ محدودیت‌های دسترسی به خدمات و زیرساخت‌های فیزیکی؛ وجود بروکراسی‌ها و تشریفات اداری زمان‌بر؛ شناخت ضعیف کارآفرینان نسبت به مشاغل گردشگری؛ الگوبرداری‌های نابجا از کسب‌وکارهای اطرافیان؛ ضعف در فرهنگ کارآفرینی و

هدف این پژوهش ارائه یک الگوی ساختاری جهت شناسایی چالش‌های اثرگذار بر وضعیت اکوسیستم کسب‌وکارهای گردشگری در روستاهای بخش ساردوئیه واقع در شهرستان جیرفت است. پژوهش حاضر از دو بخش مجزا و در عین حال مکمل تشکیل شده است تا اصل یکپارچگی در راستای رسیدن به الگوی موفق را رعایت کند. در بخش اول پژوهش، ابتدا به بومی‌سازی شاخص‌ها با نظرخواهی از کارآفرینان و اصلاح آن‌ها

۲) کاهش بروکراسی اداری نامناسب در سازمان‌ها و مؤسسات عمومی و دولتی ثبت شرکت‌ها و... که متولی صدور مجوزهای قانونی لازم برای کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در زمینه گردشگری هستند؛

۳) آموزش کارآفرینی و آموزش کارآفرینانه در زمینه توسعه گردشگری و پیوند آن با دانشگاه؛

۴) توسعه صندوق‌های مستقل سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر در سطح محلی با حمایت سازمان‌ها و نهادهای عمومی و دولتی؛

۵) برگزاری جشنواره کارآفرینی و نوآوری در زمینه گردشگری و حمایت از کسب‌وکارهای برتر و ایده‌های خلاق و نوآور توسط کارآفرینان حرفه‌ای؛

۶) امروزه بسیاری از امور در دنیای کسب‌وکارها به‌خصوص در زمینه گردشگری به‌صورت آنلاین انجام می‌شود. کمپین‌های بازاریابی و تبلیغات به‌طور گسترده‌ای در فضای آنلاین و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی پیگیری می‌شود. در چنین وضعیتی حضور یک کسب‌وکار در اینترنت ضرورت دارد.

تشکر و قدردانی

این مقاله برگرفته از بخشی از رساله آقای سیدرضا حسینی کهنوج با همین عنوان در دانشگاه فردوسی مشهد است.

پذیرش نوآوری‌ها و... دارد. این عوامل نشان می‌دهد اگر موفقیتی در توسعه کسب‌وکارها مشاهده شود، عمدتاً کسب‌وکارهایی هستند که به‌صورت خودجوش شکل گرفته‌اند و دولت کمترین نقش حمایتی را از آن‌ها داشته است. بخش دوم پژوهش، به تدوین الگوی موفق چالش‌های کسب‌وکار گردشگری از آزمون معادلات ساختاری در قالب تحلیل مسیر پرداخته است که تکنیکی برای توضیح یک سیستم ارتباطی بین متغیرها است. نتایج این آزمون نشان داد: مسائل مالی و اقتصادی بیشترین ضریب تأثیرگذاری را داراست. از دلایل این امر می‌توان به عواملی همچون بازاریابی و مشکلات مالی و بودجه محدود کارآفرینان و حمایت‌های ضعیف از آن‌ها اشاره کرد.

الگوی به‌دست‌آمده از این مطالعه، در چهارچوب مدل اکوسیستم‌های کارآفرینی از جمله مدل آیزنبرگ است. از آنجایی که هر کدام از صاحب‌نظران به بخشی از مشکلات اشاره کرده‌اند، در این پژوهش سعی شده تا چالش‌های موجود در این زمینه دسته‌بندی و ساختارمند شوند تا تمامی مسائل را در برگیرد. همچنین یافته‌های این پژوهش در راستای نتایج پژوهش سورش و رامراج (۲۰۱۲) است. عمده تأکید آن بر توجه به روند پیش‌بینی‌شده مسائل اقتصادی درازمدت و آسیب‌پذیری کسب‌وکارهای گردشگران در پی تشدید بحران‌های اقتصادی و تأثیر آن در مناطق روستایی است که ضروری به نظر می‌رسد که عناصر بحران‌زا در این راستا شناسایی شوند. این مسئله امروزه با وجود ابرتورم‌های ایجادشده در مسائل روزانه مردم و همچنین شدت یافتن تحریم‌های سیاسی و اقتصادی علیه کشور سبب شده تا ضربه شدیدی به این کسب‌وکارها وارد شود. همچنین از نگاهی دیگر می‌توان آن را با مطالعه دلچ و پرچ (۲۰۱۸) مقایسه کرد؛ آن‌ها نیز به این نتیجه رسیدند که جمهوری کرواسی یکی از کشورهایی است که تأکید زیادی بر توسعه کسب‌وکارهای گردشگری به‌خصوص در مناطق روستایی به‌عنوان یک صنعت استراتژیک دارد. این مسئله دقیقاً همان چیزی است که در این پژوهش نیز به آن اشاره شد. زیرا در بهترین حالت کسب‌وکارهای گردشگری می‌تواند شرایط اقتصادی کشور را بهبود بخشد. اما نتایج به هیچ وجه امیدوارکننده نیست و آنچه این مفهوم را به چالش می‌کشد، سازوکارهایی است که در ایران به‌عنوان یک کشور در حال توسعه با آن مواجه است و مناطق روستایی نمی‌توانند از پس چنین چالش‌های ساختاری از قبیل مسائل اقتصادی و فرهنگی و بعضاً خدمات پشتیبانی برآید.

با توجه به مشکلات پیش رو در زمینه چالش‌هایی که کارآفرینان در زمینه توسعه کسب‌وکار با آن روبه‌رو هستند، از این رو پیشنهاد زیر مطرح می‌شود؛

۱) اصلاح و بازنگری جدی قوانین و مقررات سیستم بانکداری جهت اعطای تسهیلات بانکی با نرخ بهره بانکی مناسب به کارآفرینان؛

References

- Cooper, R. (2007). "Organs of Process'. Rethinking human organization", *Organization Studies*, 28(10), 1547-1573.
- Davari, A., Sefidbari, L., Baghersad, V. (2017). The factors of entrepreneurial ecosystem in Iran Based on Isenberg's Model. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(1), 101-120. doi: 10.22059/jed.2017.62306
- Delić, A., & Perić, D. (2018, January). Influence of Business Ecosystem on Rural Tourism Development. In *Interdisciplinary Management Research*. 12(3): 78-93.
- Falah, M., Amiri, M., Hajheidari, N., Seyedamiri, N., Esfida ni, R. (2019). Developing an Entrepreneurial Ecosystem Model for IT Startups (Case Study: South Khorasan). *Public Management Researches*, 12(45), 59-84. doi: 10.22111/jmr.2020.31344.4744
- Farzin, M., Hassan Pour, M., Mahmoud Zadeh, S., Arab Mazar, A. (2020). An institutional Analysis of Tourism Business Environment and Entrepreneurship of Iran. *Tourism Management Studies*, 15(50), 1-34. doi: 10.22054/tms.2020.42394.2139
- Ghambarali, R., Agahi, H., Alibayghi, A., Zarafshani, K. (2016). Content Analysis of Policies being Appropriate to the Entrepreneurial Ecosystem. *Journal of Entrepreneurship Development*, 9(1), 39-58. doi: 10.22059/jed.2016.59861
- Hjalager, A.M., Kwiatkowski, G., & Østervig Larsen, M. (2018). Innovation gaps in Scandinavian rural tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(1), 1-17.
- Hosseini, S.R., Mozaffari, S.M. (2016). Futurology, Strategy for Promoting the Tourism Industry in Iran, Fourth International Conference on Accounting and Management with a New Research Science Approach, Tehran.
- Kline, C., Hao, H., Alderman, D., Kleckley, J. W., & Gray, S., "A spatial analysis of tourism, entrepreneurship & the entrepreneurial ecosystem in North Carolina, USA", *Tourism Planning & Development*, 11(3), 305-316, 2014. <https://doi.org/10.1080/21568316.2014.890127>
- Keikhakohan, J., Akbari, M., Hejazi, S. (2020). Identifying Barriers to Development of Regional Technological Entrepreneurship (Case Study: Sarbaz County). *Journal of Rural Research*, 11(1), 124-139. doi: 10.22059/jrur.2020.292191.1419
- Kurgun, H., Kurgun, O. A., & Aktaş, E. (2018). What does Web 4.0 Promise for Tourism Ecosystem? A Qualitative Research on Tourism Ecosystem Stakeholders' Awareness. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 6(1), 55-65.
- Meigounpoory, M., Arabiun, A., Poorbasir, M., Mobini Dehkordi, A. (2019). Entrepreneurial University Campus Ecosystem (EUCE) Design with Interpretive Structural Modelling. *Technology of Education Journal (TEJ)*, 13(4), 969-980. doi: 10.22061/jte.2019.3694.1921
- Nowruzzi, M., Najafi, A., Rashidi, M. (2018). The position and development of tourism entrepreneurship ecosystem in Zanjan province based on mystical background, *Islamic Mysticism Quarterly*, 15 (57), 175-191.
- Perfetto, M. C., & Vargas-Sánchez, A. (2018). Towards a Smart Tourism Business Ecosystem based on Industrial Heritage: research perspectives from the mining region of Rio Tinto, Spain. *Journal of Heritage Tourism*, 13(6), 528-549.
- Pishbahar, E., Yadavar, H. (2018). Effective Factors on Tourism Demand of Aras Free Zone: Using Structural Equation Modeling (SEM) Approach. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 48(4), 557-572. doi: 10.22059/ijaedr.2018.65229
- Rezaei, B., Naderi, N., Soleimani, M. (2019). The need to strengthen the rural entrepreneurship ecosystem, *Journal of Agricultural Entrepreneurship*, 5(4), 71-89, doi: 10.22069/jead.2020.16673.1373
- Rienschke, M., Castillo, A., Flores-Díaz, A., & Maass, M. (2015). Tourism at Costalegre, Mexico: An ecosystem services-based exploration of current challenges and alternative futures. *Futures*, 66(3), 70-84.
- Roozbahani, A., Moradi, H., Abassi, H. (2020). Explaining the Effects of Propellant Components of Entrepreneurship Development in Rural Tourism Destinations (The Case of Samen District, Malayer County). *Journal of Rural Research*, 11(2), 350-365. doi: 10.22059/jrur.2020.294177.1434
- Seidl, A. (2014). Cultural ecosystem services and economic development: World Heritage and early efforts at tourism in Albania. *Ecosystem Services*, 10(2), 164-171.
- Shams, S., Hosseini, A., Khorshidian, R. (2016). Evaluating Fuzzy Analytical Hierarchy Process in Prioritizing Rural Tourism Development Scenarios (Case Study: Mazandaran Province). *Journal of Tourism Planning and Development*, 5(18), 158-178.
- Sowa, B. (2018). Monograph review: Ecosystem contexts as chances for entrepreneurship in sustainable tourism, Presov: College of International Business ISM Slovakia in Presov, Науковий вісник [Одеського національного економічного університету], (6-7), 223-226.
- Suresh, J., Ramraj, R. (2012). Entrepreneurial ecosystem: Case study on the influence of environmental factors on entrepreneurial success. *European Journal of Business and Management*, 4(16), 95-101.
- Tsai, T. H., Chang, H. T., Lin, Y. W., Yu, M. C., Lien, P. J., Yan, W. C., & Ho, W. L. (2018, July). Emerging social media and social networks analysis transforms the tourism industry: Living green smart tourism ecosystem. *International conference on universal access in human-computer interaction* (pp. 583-590). Springer, Cham.

