

Provide a Framework to Explain the Preconditions for the Successful Entry of Entrepreneurs into the Field of Ecotourism

Mohammad Reza Fallah* 

Assistant Professor, Department of Business Management, Hazrat-e Masoumeh University, Qom, Iran

Abolfazl Hatami Varzaneh 

Assistant Professor, Department of counseling, Hazrat-e Masoumeh University, Qom, Iran

Tahere Rezaei 

MSc in Business Management, Hazrat-e Masoumeh University, Qom, Iran.

Abstract

Introduction

Today, ecotourism as a subset of tourism and contributing to sustainable development also has advantages such as transfer and familiarity with local and regional customs. This study was to provide a framework for explaining the preconditions for the successful entry of entrepreneurs into the field of ecotourism.

Materials and Methods

The approach of this qualitative research is in terms of applied purpose and in terms of nature and descriptive-analytical method. The study's statistical population consists of experts and activists in ecotourism with at least two years of experience, which has been obtained using the Theoretical sampling method and exploratory interviews with 14 saturated people. In this study, Glaser- grounded theory has been used to analyze the data.

Corresponding Author: Mfallah@hmu.ac.ir

How to Cite: Fallah, Mohammad Reza., (2021), Provide a Framework to Explain the Preconditions for the Successful Entry of Entrepreneurs into the Field of Ecotourism, *Tourism Management Studies*, Vol.16, No.55, 165-200.

Discussion and Results

By analyzing the data based on Glaser- grounded theory, 30 events are labeled in four concepts and two main categories. In this study, Glaser's underlying theory was used to analyze the data. Findings show that for entrepreneurs to successfully enter the field of entrepreneurship, synergy must be created between empowering and capacity-building factors through multiple interactions between motivating, facilitating, developing, and grounding factors.

Conclusions

Managers and policymakers should use environmental opportunities to neutralize external threats through capacity building that has an exogenous nature. Also, they seek to use strengths and eliminate weaknesses through internal tools with the empowerment that has an endogenous nature and with dynamic synergy between these two categories provide the ground for the successful entry of entrepreneurs into the field of ecotourism.

Keywords: Ecotourism, Capacity Building, Empowerment, Dynamic Synergy, Classic Grounded Theory.



----- مطالعات مدیریت گردشگری -----

دوره ۱۶، شماره ۵۵، پاییز ۱۴۰۰، ۱۶۷-۲۰۰

tms.atu.ac.ir

DOI: 10.22054/TMS.2021.57085.2443

ارائه چارچوبی برای تبیین پیشایندهای ورود موفق کارآفرینان به حوزه بوم گردی

محمد رضا فلاح *

ابوالفضل حاتمی ورزشه

طاهره رضایی

استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران

استادیار گروه مشاوره، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران

کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران

چکیده

امروزه بوم گردی به عنوان زیرمجموعه گردشگری، علاوه بر کمک به توسعه پایدار، مزیت‌هایی همچون انتقال و آشنایی با آداب و رسوم بومی و منطقه‌ای نیز به دنبال دارد. از این رو، هدف پژوهش حاضر ارائه چارچوبی برای تبیین پیشایندهای ورود موفق کارآفرینان به حوزه بوم گردی است. رویکرد این تحقیق کیفی، از لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری تحقیق را خبرگان و فعالان حوزه‌های مرتبط با بوم گردی با حداقل ۲ سال سابقه تشکیل می‌دهد که با استفاده از روش نمونه‌گیری نظری و با مصاحبه اکتشافی با ۱۴ نفر اشباع حاصل شده است. در این مطالعه از نظریه زمینه‌ای گلگیری برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده که در نتیجه آن ۳۰ واقعه در ۴ مفهوم و ۲ مقوله اصلی برجسب گذاری شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد برای ورود موفق کارآفرینان به حوزه کارآفرینی باید بین عوامل توانمندساز و ظرفیت‌ساز نوعی هم‌افزایی از طریق تعاملات چندگانه بین عوامل تحریک‌کننده، تسهیل‌کننده، توسعه‌دهنده و زمینه‌ساز ایجاد شود.

کلیدواژه‌ها: بوم گردی، ظرفیت‌سازی، توانمندسازی، هم‌افزایی پویا، نظریه زمینه‌ای کلاسیک.

مقدمه

امروزه تمرکز بر رشد فراگیر مبتنی بر ایجاد اشتغال و راه‌اندازی کسب‌وکار با در نظر گرفتن ابعاد زیست‌محیطی آن در راستای توسعه پایدار به یکی از دغدغه‌های اصلی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان تبدیل شده‌است. در این بین، ابزارهای مختلفی برای اشتغال‌زایی و تولید ثروت و در نتیجه رشد و توسعه پایدار وجود دارد که یکی از جذاب‌ترین و موثرترین آن‌ها نگاه کارآفرینانه به یکی از زیرمجموعه‌های گردشگری، یعنی بوم‌گردی، است. در سال‌های اخیر، تحقیقات در مورد بوم‌گردی با افزایش آگاهی از توسعه پایدار و حفاظت از محیط زیست توجه بسیاری از فعالان و سیاست‌گذاران را به خود جلب کرده‌است (وانگ و همکاران^۱، ۲۰۱۰). در این میان، توسعه بوم‌گردی به دلیل تمرکز بر دستیابی به رشد اقتصادی متوازن و حفاظت از محیط‌زیست در نقاط مختلف دنیا (براندت و بوچلی^۲، ۲۰۱۸) و همچنین تأکید بر کاهش فقر و حفظ تنوع زیستی توجه بسیاری از سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی را به خود جلب کرده‌است (کری و همکاران^۳، ۲۰۲۰).

بوم‌گردی به‌عنوان سفری هدفمند به مناطق طبیعی جهت درک محیط پیرامون تعریف می‌شود (چاندرا^۴، ۲۰۱۸)؛ از این رو، بوم‌گردی را می‌بایست به‌عنوان مسافرتی مسئولانه به مکان‌های طبیعی و ابزاری برای حفاظت از محیط زیست در نظر گرفت (تسنگ و همکاران^۵، ۲۰۱۹). در حال حاضر، نفوذ بوم‌گردی در اقتصاد و سایر بخش‌های فرهنگی - اجتماعی به‌سرعت در حال رشد است (روهانین^۶، ۲۰۱۹) به‌طوری‌که آمارها نشان می‌دهد این صنعت با رشد ۳۴ درصدی در سال یکی از سریع‌ترین رشد‌ها را در بخش گردشگری داشته (وومارد^۷، ۲۰۱۹) و در بسیاری از کشورها به یک بخش بزرگ صنعتی تبدیل شده‌است، که البته با سود فراوانی نیز همراه بوده است (هاسانودین و همکاران^۸، ۲۰۱۸).

تغییر سبک زندگی موجب شده تا غالب مردم تمایل بیشتری به تجربه دقیق محیط پیرامون خود به سبک سنتی همراه با آسایش و آرامش بیشتر داشته باشند که در این میان، سعی افراد

1 Wang et al.,

2 Brandt & Buckley

3 Kry et al.,

4 Chandra

5 Tseng et al.,

6 Ruhanen

7 Voumard

8 Hasanuddin et al.,

به حفظ محیط زیست نیز بیشتر شده است (چیتینکایا و همکاران^۱، ۲۰۱۸). در این خصوص، هنگام مطالعه بوم گردی پایدار، ادراک ما از سیستم بوم گردی می بایست به گونه ای باشد که گشت و گذار و بوم گردی را به عنوان مجموعه ای پیچیده از عناصر مختلف که جامعه محلی و زیستگاه های طبیعی را تحت تأثیر قرار می دهد در نظر بگیرد (چوی و همکاران^۲، ۲۰۲۱). در بوم گردی تأکید زیادی بر حفظ محیط زیست در کنار تولید ثروت و رفاه مردم محلی و حفظ و تقویت فرهنگ های بومی وجود دارد. بر این اساس و با توجه به افزایش تعداد گردشگران در سراسر جهان، ضرورت برنامه ریزی برای ترویج و توسعه بوم گردی به منظور به حداقل رساندن اثرات زیست محیطی گردشگری و به حداکثر رساندن منافع اجتماعی و اقتصادی در مقصدهای گردشگری افزایش یافته است (حسام و اروجی، ۱۳۹۹). بوم گردی به عنوان راه حلی برای تامین گردشگری انبوه ارائه شده است، که نیاز به ساخت و ساز کمتری دارد و بر بهره مندی از جوامع محلی، افزایش حفاظت از مناطق طبیعی و تنوع زیستی متمرکز است (وومارد، ۲۰۱۹). بوم گردی سرسبزترین شکل گردشگری جهان است که تلاش می کند فرصت های شغلی و اقتصادی را برای جامعه و افراد ایجاد کند (ویرینگ و اسپوینسبورگ^۳، ۲۰۱۸)، که این موضوع باعث شده تا بوم گردی به عنوان شکلی جذاب، علمی، پایدار و بلندمدت از گردشگری به حساب آید (کانجورمان و عزیز^۴، ۲۰۱۹). در واقع بوم گردی تلاش می کند که در مقابل ناهنجاری های کارکردی انسان ها از محیط زیست حفاظت کند و در عین حال، فرصت های اقتصادی را برای افراد و جوامع ایجاد کند (ویرینگ و اسپوینسبورگ، ۲۰۱۸).

یکی از ابزارهای مؤثر در توسعه موفقیت و تاب آوری صنعت بوم گردی هدایت کارآفرینان به سمت این نوع کسب و کارهاست، که در این بین، با توجه به علاقه دولت ها به روند کارآفرینی در احیا و توسعه اقتصادی و اجتماعی می توان با استفاده از ظرفیت های نوآورانه و خلاقانه فعالیت های کارآفرینانه و با شناسایی و کشف فرصت ها زمینه ایجاد اشتغال و توسعه پایدار را فراهم کرد (لطفی و همکاران، ۱۳۹۶). کارآفرینی در سازوکار خود طیف گسترده ای از مردم، سازمان ها و افراد را در برمی گیرد و شامل نوآوری فنی، اقتصادی و

1 Çetinkaya et al.,

2 Choi et al.,

3 Wearing & Schweinsberg

4 Kunjuraman & Aziz

اجتماعی است (دی مول و همکاران^۱، ۲۰۲۰). کارآفرینی فرآیندی است که به موجب آن افراد فرصتی را شناسایی می‌کنند و برای به حداکثر رساندن سود، اقداماتی را که دائما به دنبال رشد، تغییر، نوآوری و اهداف استراتژیک است انجام می‌دهند (نکانیوا^۲، ۲۰۱۹). در هر دو حوزه سیاسی و دانشگاهی، کارآفرینی به عنوان عامل اصلی تحول در یک اقتصاد زیستی پایدار شناخته می‌شود (هوبر و همکاران^۳، ۲۰۱۹) و این کار را نه تنها با معرفی محصولات و خدمات جدید به بازار بلکه با زیر سؤال بردن روند قبلی و همچنین ارزش‌آفرینی در جهت افزایش کارایی و پایداری از طریق مدل‌های تجاری جدید انجام می‌دهد (کوچیرتز و همکاران^۴، ۲۰۲۰). اهمیت کارآفرینی در توسعه بوم‌گردی از آنجائیکه می‌شود که فرد کارآفرین می‌تواند با شناسایی فرصت‌ها و مشکلات موجود به ابداع راهکارهای نوین در جهت رشد و توسعه کمک کند (عسگری و همکاران، ۱۳۹۷)؛ و با توجه به اینکه کارآفرینان اغلب به دنبال کسب و فروش ایده‌ها و تبدیل آن‌ها به واقعیت هستند (لایچ و همکاران^۵، ۲۰۱۹) با تمرکز بر بوم‌گردی و کارآفرینی و با ایجاد راه‌کارهای بدیع، نو و به‌روز می‌توان مسیری جدید را پیش روی سرمایه‌گذاران، کارآفرینان و فعالان این حوزه بازکرد (رستمی قبادی، احسانی فر، ۱۳۹۷).

این پژوهش با توجه به اهمیت بوم‌گردی در اشتغال و رشد پایدار و همچنین جایگاه فعالیت‌های کارآفرینانه در شناسایی و استفاده بهینه از چالش‌ها و فرصت‌های بوم‌گردی و در راستای تقویت جایگاه کارآفرینان این حوزه به دنبال شناسایی پیشایندهای ورود موفق کارآفرینان به حوزه بوم‌گردی است، تا از این طریق زمینه موفقیت کارآفرینان در حوزه بوم‌گردی را ایجاد کند. این مطالعه ابتدا با بررسی پیشینه نظری و تجربی تحقیقات مرتبط با حوزه بوم‌گردی به دنبال تبیین و شناخت مسئله جهت ورود به حوزه بوم‌گردی است و در آن، با استفاده از مصاحبه اکتشافی با فعالان و خبرگان حوزه بوم‌گردی و شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های این حوزه، داده‌ها با استفاده از روش نظریه زمینه‌ای گلایزر تحلیل شده و پیشنهادها و راهکارهایی در خصوص ورود موفق کارآفرینان به حوزه بوم‌گردی ارائه شده‌است.

1 De Mol et al.,

2 Ncanywa

3 Huber et al.,

4 Kuckertz et al.,

5 Ladge et al.,

پیشینه پژوهش

امروزه، بررسی و شناخت مکان‌های مستعد برای کاربری بوم‌گردی یکی از موضوعات مهمی است که مورد توجه برنامه‌ریزان صنعت گردشگری قرار گرفته‌است (ایلدرمی و همکاران، ۱۳۹۹). گردشگری و بوم‌گردی به‌عنوان بخشی از کسب‌وکار از رویدادها و روابط پیچیده و متنوع زیادی تشکیل شده‌است، که قادر است از این رویدادها ثروت ایجاد کند (مولدیادی^۱، ۲۰۱۹). در چند دهه اخیر، گردشگری و بوم‌گردی به‌عنوان سومین صنعت جهان، به‌قدری در توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورها اهمیت یافته‌است که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند (هرندی و میرزائیان خمسه، ۱۳۹۶). از این رو و بر اساس اسناد و مدارک، پیش‌بینی می‌شود که در سال ۲۰۳۰ بیش از ۱/۸ هزار میلیارد دلار درآمد از گردشگران بین‌المللی در سطح جهانی ایجاد شود؛ این مسئله باعث شده تا گردشگری و بوم‌گردی به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان و همچنین به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل مشارکت در اقتصاد و ایجاد اشتغال مورد توجه قرار گرفته و در سراسر جهان به‌عنوان یک استراتژی اقتصادی معتبر و مطلوب برای توسعه اقتصادی پایدار در نظر گرفته شود (وومارد، ۲۰۱۹). طبق آخرین گزارش سازمان جهانی گردشگری (WTO)، در حال حاضر بیش از یک میلیارد و ۳۲۶ میلیون نفر در سراسر جهان به بوم‌گردی مشغول‌اند، که نسبت به سال گذشته ۹۱ میلیون نفر (۷ درصد) افزایش یافته و ارزش آن به میزان ۱/۶ تریلیون دلار و معادل ۷ درصد صادرات جهان رسیده است (پلویی و همکاران، ۱۳۹۸).

در دهه‌های اخیر، بوم‌گردی توسط دولت‌ها و آژانس‌های گردشگری به‌عنوان وسیله‌ای برای توسعه ترویج می‌شود، که این موضوع به گردشگران فرصت تعامل با افراد محلی را داده که خود باعث تأثیرات مثبت در دید افراد محلی شده‌است (آکوینو و همکاران^۲، ۲۰۱۸). با ادغام فرهنگ، تجارت، اقتصاد و تجربه که عناصر اصلی خلاقیت در گردشگری هستند گردشگری و بوم‌گردی به عرصه‌ای برای پیشرفت مهارت‌ها تبدیل شده‌است؛ گردشگری در ابتدا به دلیل تحولاتی که در سنت‌های محلی با فرآیندهای خود ایجاد می‌کرده به‌عنوان نیروی مخرب در صنایع و سنت‌های محلی شناخته می‌شد اما امروزه گردشگری با تمرکز بر بوم‌گردی در مسیر احیای سنت‌ها و اشکال فرهنگی محلی در حال

1 Mulyadi

2 Aquino et al.,

حرکت است (باکاس فیونا و همکاران^۱، ۲۰۱۹). با توجه به افزایش ورود گردشگران بین‌المللی به میزان ۶ و نیم درصد در سال و تأثیرات منفی زیادی که این حجم از ورود گردشگران بر روی محیط طبیعی و ساخته شده ایجاد کرده اگر این روند ادامه یابد پایداری صنعت گردشگری نامعلوم خواهد بود. با آنکه اکثر محققان بر این باورند که گردشگری به‌عنوان یک فعالیت تجاری، تأثیر قابل توجهی بر محیط طبیعی، اجتماعی و فرهنگی دارد، نادیده گرفتن مسائل حفاظت و کیفیت زندگی مبنای صنعت گردشگری پایدار را تهدید می‌کند؛ در واقع پایداری گردشگری پاسخی به شکست‌های قبلی توسعه گردشگری است (ساتساکیس^۲، ۲۰۱۸).

گردشگری پایدار: حرکت به سمت بوم‌گردی

علی‌رغم اینکه امروزه مردم می‌خواهند دنیای پیرامون خود را تجربه کرده و با فرهنگ‌ها و آداب و سنن مختلفی آشنا شوند در تلاش‌اند که این کار را به‌گونه‌ای انجام دهند که بر محیط‌زیست تأثیر منفی نگذارد (جیتینکایا و همکاران، ۲۰۱۸). مفهوم پایداری در گردشگری به تأثیر گردشگری و بوم‌گردی بر مسائل اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی فعلی و آینده اشاره دارد و دربرگیرنده نیازهای بازدیدکنندگان، صنعت، محیط‌زیست و جوامع میزبان است. هم‌اکنون پایداری راهنمای اصلی توسعه گردشگری و یک سیاست مهم برای سبز شدن صنعت گردشگری است (وومارد، ۲۰۱۹).

مفهوم بوم‌گردی دارای دو بعد است، بعد اول شامل لذت بردن و حفظ طبیعت است و بعد دوم دربرگیرنده آگاهی بیشتر از محیط‌زیست می‌شود. با این رویکرد، مهم‌ترین ویژگی بوم‌گردی پایداری است؛ بوم‌گردی به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از گردشگری به دنبال ترویج اثرات مثبت اقتصادی و اجتماعی و کاهش اثرات مخرب فیزیکی، اجتماعی و رفتاری برای احترام به طبیعت است (چاندر، ۲۰۱۸). با توجه به تأثیرات بالقوه منفی گردشگری بر بافت سنتی جامعه و همچنین محیط‌زیست، توجه زیادی به بررسی آینده گردشگری و پایداری آن صورت گرفته است (ساتساکیس، ۲۰۱۸). شاخص‌های پایداری گردشگری خط سه‌گانه‌ای شامل اهداف زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی را دنبال می‌کنند (اوکامپو و

1 Bakas Fiona et al.,

2 Saatsakis

همکاران^۱، ۲۰۱۸)؛ باین حال، اغلب هر سه بعد آن باهم در نظر گرفته نمی‌شوند و به آن‌ها وزن برابر داده نمی‌شود، این در حالی است که باید به دنبال تعادل بین آن‌ها بود (هورواث^۲، ۲۰۱۸).

از این رو، مفهوم توسعه پایدار گردشگری را نمی‌توان فقط به عنوان یک سیستم آینده‌نگر در نظر گرفت بلکه یک چشم‌انداز درونی نیز وجود دارد که شامل تمام جنبه‌های مربوط به اقتصاد، محیط‌زیست و جامعه است تا به هدف خود دست یابد. در این راستا، یکی از رویدادهای نوظهور مقصد گردشگری به سمت گردشگری پایدار بوم‌گردی است، زیرا تعریف آن با پایداری مطابقت دارد؛ بوم‌گردی به فرصت‌های لازم گردشگران برای یادگیری و ایجاد نگرش مثبت نسبت به پایداری تأکید می‌کند، لذا برای جلوگیری از عدم موفقیت اجرای بوم‌گردی لازم است که به بوم‌گردی پایدار تبدیل شود که حاوی الزامات گردشگری پایدار است (او کامپو و همکاران، ۲۰۱۸).

مفهوم شناسی بوم‌گردی

افراد معمولاً در تعطیلات هفتگی ترجیح می‌دهند کاری انجام دهند که در روزهای عادی اغلب آن را انجام نمی‌دهند و یکی از این موقعیت‌ها سفرهای ماجراجویانه است که انگیزه اصلی آن محیط طبیعی، مناظر تاریخی، شناخت انواع گیاهان و حیوانات یا ترکیبی از آن است که به آن بوم‌گردی می‌گویند؛ بوم‌گردی نوعی گردشگری پایدار است که بر بازدید از منابع طبیعی نسبتاً دست‌نخورده از نفوذ انسان متمرکز است (ماخمودووا^۳، ۲۰۱۹). با آنکه بوم‌گردی مفهومی جدید است، با گردشگری سبز، گردشگری ماجراجویانه و گردشگری مبتنی بر طبیعت اشتباه گرفته شده است. تعریف جامع بوم‌گردی به معنی سفر به محیط‌زیست و بازدید از مناطق طبیعی دست‌نخورده به منظور لذت بردن از طبیعت و هرگونه ویژگی فرهنگی همراه آن در گذشته و حال است، که این سفر حفاظت از آن‌ها را تقویت می‌کند و فعالان اجتماعی، اقتصادی و جمعیت محلی را درگیر می‌کند (کانجورمان و عزیز، ۲۰۱۹).

انجمن بوم‌گردی بوم‌گردی را به عنوان سفری هدفمند به مناطق طبیعی تعریف می‌کند، سفری به منظور درک فرهنگ و تاریخ طبیعی محیط که با مراقبت از یکپارچگی اکوسیستم‌های

1 Ocampo et al.,

2 Horváth

3 Makhmudova

طبیعی و با حفظ منابع طبیعی، فرصت‌های اقتصادی را برای افراد محلی به وجود آورد (چاندر، ۲۰۱۸). در بوم‌گردی، حفاظت از مناطق طبیعی مردم محلی از اهمیت بیشتری برخوردار است و پنج اصل اساسی اعتماد به نفس، حفاظت محیط زیست پایدار، توزیع عادلانه مزایا، مسئولیت اخلاقی برای هر دو جمعیت محلی و گردشگران و همچنین توسعه سیستم طبیعی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی را در بر می‌گیرد. بوم‌گردی منافع و درآمدهای مستقیم را برای جوامع روستایی، بومی و فقیر با تعهد به اهداف حفاظت از محیط محلی و ارتقای سطح زندگی جوامع محلی منحصربه‌فرد ایجاد می‌کند (کورونادو و همکاران^۱، ۲۰۱۸).

اکثر گردشگران حوزه بوم‌گردی را افراد تحصیل کرده و گروه‌هایی با درآمد بالا تشکیل می‌دهند، که در گروه‌های کوچک سفر می‌کنند و به انجام مطالعه عمیق در طبیعت تمایل دارند. در واقع بوم‌گردی شکلی از گردشگری است که هدف آن ارتقای پایداری اقتصادی مناطق حاشیه‌ای به ویژه از نظر زیرساخت‌ها، درآمد و بهبود شرایط زندگی در مناطق روستایی است (چاندر، ۲۰۱۸).

بوم‌گردی با توجه به ویژگی‌های مثبت و منفی آن به دو نوع بوم‌گردی کم‌عمق و عمیق طبقه‌بندی شده است. در بوم‌گردی کم‌عمق، طبیعت بر اساس سودمندی آن برای افراد مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و صرفاً به آن به عنوان منبعی که می‌تواند به نفع انسان‌ها مورد بهره‌برداری قرار گیرد نگریسته شده و ارزش ذاتی دنیای طبیعی در این دیدگاه مورد توجه قرار نمی‌گیرد؛ در مقابل، بوم‌گردی عمیق اهمیت و ارزش ذاتی طبیعت، جامعه و مشارکت جامعه را برجسته می‌کند (هورواث، ۲۰۱۸). با وجود شاخص‌های گردشگری پایدار برای مدیریت بوم‌گردی، هفت مضمون مهم در بخش بوم‌گردی وجود دارد که هنوز توسعه نیافته‌اند، که شامل ایجاد شغل، زنده ماندن در تجارت، کیفیت زندگی، کیفیت آب، مدیریت پسماند، حفظ انرژی، حفظ تمامیت جامعه هستند (اوکامپو و همکاران، ۲۰۱۸).

کارکردهای بوم‌گردی

احداث اقامتگاه بوم‌گردی به عنوان یکی از مهم‌ترین جاذبه‌های ساخت انسان شناخته می‌شود که با برخورداری از سبک سنتی و فرهنگ بومی احداث شده‌اند و گردشگران را برای سپری

1 Coronado et al.,

کردن اوقات فراغت در طول هفته پذیرا هستند (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۹). با توجه به توسعه فعالیت‌های بوم‌گردی، اکثریت جوامع محلی مایل به شرکت در این نوع فعالیت‌ها هستند و بر این باورند که با بوم‌گردی می‌توانند درآمد بیشتری برای معاش خود کسب کنند. اگرچه جامعه محلی از فعالیت‌های بوم‌گردی پشتیبانی می‌کند، اما همچنان با چالش‌هایی مانند فقدان منابع سرمایه‌ای، مهاجرت جوانان، عدم امکانات عمومی، رهبری ظرفیت محلی و ارتباطات مسائل، تهدید حیوانات وحشی و مشارکت اهالی محلی در توسعه بوم‌گردی مواجه هستند (کانجورمان و عزیز، ۲۰۱۹).

در کشورهای فقیر، بوم‌گردی به‌عنوان ابزاری مؤثر برای اهدافی مانند حفاظت از تنوع زیستی، حفاظت از اکوسیستم‌های شکننده، ایجاد آگاهی محیط‌زیست، توسعه جامعه، نمایش فرهنگ‌های بومی، پرورش و رشد اجتماعی و فرهنگی یاد می‌شود. بوم‌گردی رویکردی علمی، زیبایی‌شناختی و فلسفی است و این امر به حفظ مناظر و زیستگاه‌ها کمک می‌کند. ساختار این نوع از گردشگری، حفاظت از معماری حساس محیط زیست و طرح‌های موجود بر طبیعت زمین را در برمی‌گیرد و بر هماهنگی با طبیعت اطراف، حفظ انرژی، به حداقل رساندن استفاده از سوخت‌های فسیلی و حفاظت از گیاهان و جانوران تأکید دارد (چاندر، ۲۰۱۸). بوم‌گردی از طریق مدیریت مناسب مناطق طبیعی‌ای که قابل بازدید هستند از محیط‌زیست حفاظت می‌کند و از دیگر مزایای بوم‌گردی می‌توان به حفاظت از طبیعت و تنظیم مزایای اقتصادی و اجتماعی اشاره نمود. به‌طور کلی بوم‌گردی بر محیط طبیعی حفاظت‌شده، پایداری زیست‌محیطی، آموزش محیط‌زیست، منافع محلی و رضایت گردشگری تأثیر دارد (کانجورمان و عزیز، ۲۰۱۹).

بوم‌گردی در سال‌های اخیر توسط طیف وسیعی از بازیگران از جمله سازمان‌های فراملی، مؤسسات مالی، دولت‌ها، سازمان‌های غیردولتی، متخصصان و محققان به‌شدت ارتقا یافته و به یک استراتژی روزافزون تبدیل شده‌است. مجمع عمومی سازمان ملل متحد نیز به نقش بوم‌گردی به‌عنوان ابزاری برای رفع فقر و حفاظت از محیط‌زیست به‌ویژه در کشورهای درحال توسعه تأکید کرده‌است. به لطف گفتمان مدافعان بوم‌گردی، به‌طور معمول از بوم‌گردی به‌عنوان مفهومی برای درک حفاظت از ذخایر طبیعی و آموزش مردم برای حفظ محیط‌زیست نام برده می‌شود (وومارد، ۲۰۱۹).

پیشایندهای موفقیت کارآفرینان

پیشایندهای موفقیت کارآفرینان به الزامات و پیش‌نیازهای ضروری موفقیت کارآفرینان در فعالیت‌های کارآفرینانه اشاره دارد؛ با این حال، در ساده‌ترین حالت، موفقیت کارآفرینی به‌عنوان ادامه فعالیت فعلی یک کسب‌وکار در بازار (استانیوسکی و وروک، ۲۰۱۸) و همچنین توانایی ایجاد و نگهداشت پایداری اجتماعی شناخته می‌شود (هوروار، ۲۰۱۸). در ادبیات کارآفرینی، نشانه‌های موفقیت را با سودآوری، رشد و بقای شرکت، مشارکت در جامعه، رضایت شخصی، تحقق نیازهای اجتماعی، شناخت عمومی، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و رضایت از احترام به وضعیت اجتماعی و روابط کارکنان نشان می‌دهند (سینگ و همکاران، ۲۰۱۹).

با توجه به اینکه یکی از اهداف اصلی کارآفرینان تمایل به ایجاد و شروع یک فعالیت تجاری است، برخی از محققان معتقدند که قصد و نیت راه‌اندازی یک شغل یکی از مهم‌ترین پیش‌شرط‌های انجام رفتارهای کارآفرینانه در حوزه‌های مختلف کسب‌وکار است (شارما، ۲۰۱۸). توجه به ابعاد فرهنگ جامعه نیز یکی دیگر از پیشایندهای ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه در نظر گرفته شده است. در این بین، بسیاری اعتقاد دارند که مشارکت افراد در کارآفرینی بر اساس بافت و فرهنگ جامعه باعث می‌شود تا آن‌ها نوع مهارت و توانایی‌های خود را هماهنگ و سازگار کنند و ضمن تقویت دانش ضمنی و آشکار خود، ارزیابی دقیق‌تری از شرایط کسب‌وکار، مشتری و رقبا داشته باشند (بوگاتیروا و همکاران، ۲۰۱۹). ایجاد انگیزه نیز از دیگر الزامات و پیش‌شرط‌های موفقیت در کارآفرینی به‌شمار می‌آید و عواملی که باعث ایجاد انگیزه در افراد برای شروع و درنهایت موفقیت یک فعالیت تجاری می‌شود شامل میل به پیشرفت و استقلال، پیشرفت شخصی، بهبود وضعیت اجتماعی و شناخت در جامعه‌اند (ایساگا، ۲۰۱۸).

در این خصوص، برخی از یافته‌ها نیز نشان می‌دهد که ابزارهایی مانند ارائه آموزش‌های مهارتی و تخصصی، حمایت‌های عاطفی از سوی خانواده (آدامز و سانداروپا، ۲۰۱۸)، ایجاد

-
- 1 Staniewski & Awruk
 - 2 Horváth
 - 3 Singh et al
 - 4 Sharma et al.,
 - 5 Bogatyreva et al.,
 - 6 Isaga et al.
 - 7 Adams & Sandarupa

و شناخت هویت‌های فردی و اجتماعی (لایچ و همکاران^۱، ۲۰۱۹)، گسترش مشاغل در شبکه‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی (سانگ و همکاران^۲، ۲۰۱۹)، انعطاف‌پذیری، سرمایه‌گذاری بلندمدت، اعتماد به نفس (هاتثاکیجونگ و تینگ^۳، ۲۰۱۹)، تجارب مربوط به بازار کار (چاودھاری^۴، ۲۰۱۹)، سرمایه انسانی (بریگر و دی کلیرک^۵، ۲۰۱۹) را نیز باید به عنوان پیش‌نیاز ورود موفق کارآفرینان به حوزه‌های مختلف کارآفرینی در نظر گرفت. در خصوص فعالیت‌های بوم‌گردی نیز می‌توان به عنوان شاخص به آگاهی افراد محلی از شرایط و قابلیت‌های بوم‌گردی و ساختار منطقه و محلی به عنوان یکی از مهم‌ترین الزامات اشاره نمود، زیرا تفاوت‌های بین نیاز مشتری و وضعیت موجود در بوم‌گردی باعث شده تا افراد به هنگام تصمیم‌گیری به آگاهی عمیق و اطلاعات بهینه و به‌هنگام نیاز داشته باشند (مورگان، ۲۰۱۸).

پیشینه تجربی پژوهش

تاکنون تحقیقات انجام‌شده در مورد بوم‌گردی به صورت تک‌بعدی و جزیره‌ای دنبال شناسایی و تبیین چالش‌های این پدیده نوظهور بوده‌اند. به طوری که به عنوان مثال، تحقیقات کانجورامن و آریز (۲۰۱۹) نشان می‌دهد که اکثریت جوامع محلی به دلیل سودآور بودن فعالیت‌های بوم‌گردی به دنبال این نوع کسب و کار بوده‌اند؛ با این حال، باید در خصوص چالش‌هایی مانند فقدان منابع سرمایه‌ای، مهاجرت جوانان، عدم امکانات عمومی، مدیریت ظرفیت محلی و تهدید حیوانات وحشی برنامه‌ریزی دقیقی انجام شود. همچنین یافته‌های اسکوکیک و همکاران^۶ (۲۰۱۹) نیز نشان می‌دهد که اینترنت و رسانه‌های اجتماعی این پتانسیل را دارند که در ارتقای بوم‌گردی و افزایش تعداد بازدیدکنندگان و همچنین آموزش حفاظت از آن مورد استفاده قرار گیرند، زیرا بیشتر بازدیدکنندگان فضای مجازی را جوانانی تشکیل می‌دهد که در استفاده از اینترنت و رسانه‌های اجتماعی بسیار فعال هستند. نوگروه و همکاران^۷ (۲۰۱۹) نیز در تحقیق خود دریافتند که اینترنت و رسانه‌های اجتماعی در

1 Ladge et al.,

2 Song et al.,

3 Hatthakijphong & Ting

4 Chowdhury et al

5 Brieger & De Clercq

6 Skokic et al

7 Nugroho et al

بازاریابی و توسعه چندین مقصد بوم گردی مفید واقع شده بودند؛ رسانه‌های اجتماعی مانند فیس بوک و توییتر به‌عنوان اصلی‌ترین وسیله تبلیغ و تعامل با بازدیدکنندگان در مناطق مختلف گردشگری در چندین کشور از جمله انگلیس، آلمان، مکزیک، مالزی، اسپانیا، فرانسه و ترکیه مورد استفاده قرار گرفته‌اند. نتایج یافته‌های مولیادی^۱ (۲۰۱۹) نشان می‌دهد کیفیت جمعیت و افراد بومی و محلی، منابع طبیعی و منابع فرهنگی عوامل تعیین‌کننده عملکرد بوم گردی هستند و پیامدهای اجرای گردشگری را تحت تأثیر قرار می‌دهند. همچنین آدامز و سانداروپا^۲ (۲۰۱۸) نیز در تحقیق خود نشان دادند که دانش محلی به‌عنوان پیشی از فرهنگ و دغدغه‌های اجتماعی و مذهبی در منطقه، برای رسیدن به توانایی کسب و کار در گردشگری و ایجاد انعطاف‌پذیری در این کسب و کار بسیار تأثیرگذار است. مارتینز و همکاران^۳ (۲۰۱۸) نیز به این نتیجه رسیدند که مناطق محلی باید شرایط جذب، مانند مناطق دیدنی، کشاورزی و رویدادهای فرهنگی و... را داشته باشند تا بتوانند محل‌های مناسبی برای ایجاد بوم گردی باشند.

تحقیقات عسگری و همکاران (۱۳۹۷) نشان می‌دهد عواملی مانند خطرپذیری و سرمایه تورگردانها و آژانس‌ها، بوم گردان‌ها، محصولات و خدمات بیشترین تأثیر را در موفقیت بوم گردی دارند. مرادزاده و همکاران (۱۳۹۷) نیز در تحقیق خود دریافتند که برای رشد و موفقیت در حوزه بوم گردی، توانمندسازی ذهنی و روانی جامعه هدف باید در اولویت برنامه‌های خط‌مشی‌گذاران قرار گیرد. همچنین رستمی و احسانی‌فر (۱۳۹۷) در تحقیقشان نشان دادند که نظارت مداوم و دوره‌ای اقامتگاه‌ها و هتل‌ها توسط بهداشت، اماکن و دامپزشکی در نیل به فرصت‌های اقلیمی و بسترهای مناسب و فرهنگ بالای مردم در پذیرش گردشگر روستایی در محور گروه‌های پشتیبان مهم‌ترین عامل توسعه کارآفرینی در زمینه گردشگری محسوب می‌شوند. در این خصوص، نصیری مجد (۱۳۹۶) نیز با بررسی اثرات اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی بوم گردی بر جامعه محلی دریافتند که ورود گردشگران به روستاها تأثیر به‌سزایی بر متغیرهای توسعه و فعالیت ساکنین، تنوع درآمد اشتغال، افزایش رونق اقتصادی، احداث و یا توسعه بازارهای محلی، گسترش خدمات زیربنایی، افزایش مسکن، افزایش ارزش زمین، قدرت خرید، کاهش مهاجرت مردم، ارتقای سطح زندگی

1 Mulyadi

2 Adams & Sandarupa

3 Martínez et al

روستاییان و یا بازگشت مهاجران به روستا، افزایش و متنوع ساختن محصولات داخلی داشته‌است. یافته‌های تحقیق قاسمی (۱۳۹۶) نشان می‌دهد که بین بوم‌گردی و گردشگری پایدار رابطه معناداری وجود دارد و با حمایت از بوم‌گردی می‌توان گردشگری پایدار روستایی و کسب و کارهای روستایی را رونق بخشید، که این امر به نوبه خود باعث توسعه کشور می‌گردد. لطفی و همکاران (۱۳۹۶) نیز دریافتند که گسترش اطلاع‌رسانی، افزایش آگاهی و آموزش افراد در زمینه کارآفرینی بوم‌گردی از طریق تبلیغات رسانه‌های رسمی و غیررسمی باعث توسعه کارآفرینی بوم‌گردی می‌شود. همچنین راستگو (۱۳۹۶) در تحقیق خود به این نتیجه دست یافت که شرط موفقیت هر کشور در توسعه گردشگری، وجود زیرساخت‌های مناسب و مدیریت عاقلانه و مدبرانه در عرصه‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی، نیاز به مدیریت آگاه، آمایش جاذبه‌ها و ایجاد تسهیلات و امکاناتی است که دسترسی به جاذبه‌ها را بیش از پیش آسان سازد.

روش

این تحقیق به دنبال ارائه چهارچوبی برای تبیین پیشایندهای ورود موفق کارآفرینان به حوزه بوم‌گردی است؛ در این راستا، از نظر استراتژی کیفی، از لحاظ هدف کاربردی و از جهت ماهیت و روش توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری این تحقیق را خبرگان، صاحب‌نظران، متصدیان و فعالان حوزه‌های مرتبط با بوم‌گردی با حداقل هفت سال سابقه کاری مرتبط در برمی‌گیرد.

در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری نظری که در روش نظریه زمینه‌ای رایج است استفاده شده‌است. در نمونه‌گیری نظری، نمونه‌ها به شکلی انتخاب می‌شوند که به خلق تئوری کمک کنند (رنجبر و همکاران، ۱۳۹۱) که در این راستا، پس از مصاحبه با ۱۴ نفر خبره و فعال در حوزه بوم‌گردی اشباع حاصل شده‌است. مشخصات و ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان به شرح زیر است (جدول ۱).

جدول ۱: مشخصات و ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان

ردیف	شهر/استان	سطح تحصیلات	رشته تحصیلی	تجربه کاری مرتبط	سن
۱	اصفهان	کارشناسی ارشد	اکوتوریسم	۷	۳۰
۲	مازندران	کارشناسی ارشد	هتلداری	۱۱	۵۵
۳	پاوه	کارشناس ارشد	جامعه‌شناسی	۸	۳۲
۴	تندوره خراسان	کارشناسی ارشد	تاریخ	۹	۳۶
۵	الموت قزوین	کارشناسی ارشد	جغرافیا	۷	۳۳
۶	تفت یزد	کارشناسی ارشد	گردشگری	۸	۳۱
۷	ورزنه اصفهان	کارشناسی ارشد	اقتصاد	۱۳	۶۶
۸	درجه خراسان	کارشناسی	عمران	۱۴	۶۸
۹	سپیدار مشهد	کارشناسی	مدیریت	۱۲	۵۰
۱۰	ساره گل همدان	کارشناسی	صنایع دستی	۱۱	۴۰
۱۱	نارنجستان یزد	کارشناسی	مدیریت	۷	۳۵
۱۲	سمنان شاهرود	کارشناسی ارشد	گردشگری	۸	۳۳
۱۳	نگارستان بوشهر	کارشناسی	معماری	۸	۳۱
۱۴	سرماج بیستون	کارشناسی	گرافیک	۱۰	۳۸

در این تحقیق، ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه اکتشافی و از روش گرنند تئوری گلگیری (۲۰۰۲) برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. به این علت در این پژوهش از روش گرنند تئوری گلگیری استفاده شده است که در پژوهش‌های قبلی خلأ فراوانی در خصوص ساخت چارچوبی برای تبیین پیش‌بیندهایی جهت ورود کارآفرینان به حوزه بوم‌گردی وجود داشته و همچنین روش‌های کمی که اغلب با اعداد و ارقام به دنبال توصیف مسئله‌اند قادر به شناخت و مطالعه عمیق مسئله جاری نیستند. لذا به منظور رسیدن به یک چهارچوب مفهومی و درک، فهم، استنباط و تفسیر درستی از آن روش گرنند تئوری گلگیری به عنوان روش پژوهش حاضر انتخاب گردید. این روش می‌تواند زمینه لازم جهت جمع‌آوری اطلاعات دقیق و واقعی از میدان تحقیق فراهم آورد (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۳) و چالش‌های حوزه بوم‌گردی را نیز شناسایی و تبیین کند.

تجزیه و تحلیل یافته‌ها به روش نظریه زمینه‌ای کلاسیک گلگیری (۲۰۰۲) از مراحل کدگذاری باز، انتخابی و نظری تشکیل شده است. در مرحله کدگذاری باز، به رویدادها، نکات کلیدی و هر قسمت از داده‌ها (یک کلمه، خط یا پاراگراف) یک برچسب اختصاص

داده می‌شود و همچنانکه داده‌ها جمع‌آوری می‌شوند تحلیل مقایسه‌ای مستمر نیز در تمام طول پژوهش اجرا می‌گردد. در فرایند کدگذاری باز، هر نکته کلیدی یک واقعه در نظر گرفته می‌شود و با ترکیب چند واقعه، مفهوم به دست می‌آید و در نهایت، یک نام برای مجموع مفاهیم که مقوله نام دارد انتخاب می‌شود. بعد از شناسایی مقوله‌ها در مرحله کدگذاری انتخابی، یکی از کدهای باز به‌عنوان مقوله اصلی انتخاب می‌شود. در این مرحله، کدگذاری صرفاً برای مقوله اصلی و مقوله‌های مرتبط صورت می‌گیرد و دیگر داده‌های نامرتب در نظر گرفته نمی‌شوند. کدگذاری انتخابی تا زمانی ادامه می‌یابد که مقوله اصلی و مقوله‌های مرتبط اشباع شوند و اشباع زمانی اتفاق می‌افتد که ویژگی‌های بیشتر و جدیدتری از داده‌ها حاصل نشود و وقایع به‌ندرت نشانگرهای جدیدی برای ویژگی‌های موجود ارائه دهند. در مرحله کدگذاری نظری، چگونگی ارتباط مقوله‌ها با یکدیگر مفهوم‌سازی می‌شود. کدگذاری نظری معمولاً در زمان مرتب‌سازی و یکپارچه کردن یادداشت‌ها اتفاق می‌افتد. کدگذاری باز و انتخابی به دسته‌بندی، طبقه‌بندی و در واقع تکه تکه کردن داده‌ها می‌پردازد، اما در مرحله کدگذاری نظری مفاهیم به یکدیگر ارتباط داده می‌شود (فرهنگی و همکاران، ۱۳۹۴).

در این پژوهش، برای اعتبارسنجی یافته‌های تحقیق از روش «چندسونگری»^۱ استفاده شده است. «چندسونگری» شامل به‌کارگیری شیوه‌های مختلف گردآوری داده‌ها، استفاده از منابع متعدد داده‌ها، تحلیل گران یا نظریه‌هایی است که به‌منظور بررسی اعتبار یافته‌های پژوهش استفاده می‌شود و به کمک آن می‌توان سوگیری‌هایی را که ممکن است نتیجه تکیه بیش‌ازحد بر هر یک از روش‌های جمع‌آوری داده‌ها، منابع، تحلیل گران یا مبانی نظری باشند از بین برد (رحمانی‌پور و نصرافهانی، ۱۳۹۲). روش‌های مختلفی برای «چندسونگری» وجود دارد که «چندسونگری» پژوهشگر برای این تحقیق انتخاب شده است. «چندسونگری» پژوهشگر شامل استفاده از چند پژوهشگر، تحلیلگر و کدگذار در فرایند پژوهش است. فرایند «چندسونگری» در این پژوهش به این صورت است که ابتدا چهار نفر از مشارکت‌کنندگان اولیه گزارش‌های مرحله نخست را بازبینی می‌کنند و دیدگاه آن‌ها در فرایند کدگذاری انتخابی اعمال می‌کنند (تطبیق از سوی اعضا). سپس خبرگان همکار مقوله‌های کدگذاری را بررسی می‌کنند و پس از اعمال اصلاحات آن‌ها در یافته‌های تحقیق

1 Triangulation

(بررسی همکار)، پیشنهادهای حاصل از پژوهش به سه نفر از مشارکت کنندگان بازگردانده می‌شود و در نهایت اصلاحات آنان در ارائه پیشنهادهای پژوهش اجرایی می‌شود (کرسول و میلر، ۲۰۰۰).

در این پژوهش، برای ارزیابی پایایی یافته‌های تحقیق از ضریب کاپا استفاده شده است. برای محاسبه ضریب کاپا ابتدا چهار متن مصاحبه به صورت تصادفی به یک همکار داده می‌شود و از وی درخواست می‌شود تا متن مصاحبه‌ها را کدگذاری کند. سپس داده‌های حاصل در قالب یک ماتریس دوبعدی شامل کدگذار و کدهای آن تنظیم می‌شود و در ادامه کدها با یکدیگر مقایسه می‌شوند و با استفاده از نرم‌افزار SPSS ضریب کاپا به دست می‌آید.

جدول ۲. مقدار ضریب شاخص کاپا

		پژوهشگر		اندازه توافق	کاپا	ارزش	معنی داری
		دیده نشده	دیده شده				
نفر اول	دیده نشده	۹	۲	داده‌های معتبر	۰/۷۱۸		
	دیده شده	۲	۱۸				
کل		۱۱	۲۰				

مقدار ضریب کاپای (۰/۷۱۸) به دست آمده در این تحقیق نشان‌دهنده توافق بالا بین مرورگران است و شاخص‌های احصا شده نیز از نظر کیفیت مورد تأیید خبرگان قرار دارند (جدول ۲).

یافته‌ها

با توجه به اینکه این تحقیق به دنبال ارائه چهارچوبی برای تبیین پیشایندهای ورود کارآفرینان به حوزه بوم‌گردی است و پیشایندهای این حوزه راهبردی مقدمات و پایه‌های اصلی توسعه بوم‌گردی را تشکیل می‌دهند، از روش گزند تئوری گلیزی برای کدگذاری استفاده شده است، که شامل سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری انتخابی و کدگذاری نظری است. در مرحله کدگذاری باز، ابتدا داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها به کوچک‌ترین واحد شکسته می‌شوند و با به کارگیری یک سیستم باز، خط به خط داده‌ها بازنگری می‌شود و فرآیندهای آن تشخیص داده می‌شود و به هر جمله یک کد داده می‌شود. در این مرحله برای اطمینان از صحت کدگذاری‌ها، یادداشت‌های میدانی چندین بار مرور می‌شوند و پس از استخراج

جملات اصلی آن‌ها، اجزای مشابه و معنی‌دار مباحث به صورت کد ثبت می‌شود، که حاصل کار تولید و شناخت ۲۴۰ کد در ۳۰ واقعه بوده است. در مرحله کدگذاری انتخابی تلاش می‌شود تا با برقراری پیوند میان مقولاتی که از سلسله رویه‌های کدگذاری باز حاصل شده است اطلاعات به شیوه‌ای جدید با یکدیگر ارتباط یابند. در این مرحله، جمله‌هایی که قبلاً کدگذاری شده‌اند دوباره باهم ترکیب می‌شوند تا رابطه میان آن‌ها درک شود و مقوله‌هایی که می‌توانند سایر طبقات یا مفاهیم را به یکدیگر ارتباط دهند شناسایی شوند. در این مرحله، بر اساس تحلیل انجام شده، چهار مفهوم توسعه‌دهنده‌ها، زمینه‌سازها، تحریک‌کننده‌ها و تسهیل‌کننده‌ها در دو مقوله اصلی ظرفیت‌سازی و توانمندسازی کشف و برچسب‌گذاری شدند (جدول ۳).

در مرحله کدگذاری نظری هدف اصلی روایت روابط بین کدهای باز و کدهای انتخابی است. در این پژوهش، یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها حول محور پیشایندهای بوم‌گردی قرار گرفته و با پیوند دادن کدها با وقایع، مفاهیم و مقولات استخراج شده، چهارچوبی مفهومی تبیین و روایت می‌گردد.

در این تحقیق، دو مقوله ظرفیت‌سازی و توانمندسازی به عنوان پیشایندهای ورود موفق کارآفرینان به حوزه بوم‌گردی برچسب‌گذاری شده‌اند. ظرفیت‌سازی یک روش ادراکی برای توسعه کسب و کارهای بوم‌گردی است که بر شناسایی موانع و تهدیدات برون‌سازمانی که باعث عدم دستیابی کسب و کارها به اهداف خود می‌شوند اشاره می‌کند. ظرفیت‌سازی از جهات مختلف اجازه دستیابی به نتایج قابل قبول و حفظ بقا و پایداری در کسب و کارها را فراهم می‌کند و اکثر اوقات به تقویت مهارت‌ها، شایستگی‌ها و توانایی‌هایی افراد در غلبه بر محدودیت‌های بیرونی کسب و کارها می‌پردازد. ظرفیت‌سازها دربرگیرنده عواملی هستند که ماهیتی برون‌زا داشته و با شناسایی و تبیین فرصت‌ها و تهدیداتی که در کسب و کار وجود دارد موجب انگیزه (توسعه‌دهنده) و تسهیل (زمینه‌ساز) کارآفرینان در حوزه بوم‌گردی می‌شود.

جدول ۳. واقعه، مفهوم و مقولات استخراج شده از مصاحبه‌ها

مقوله	مفهوم	واقعه
ظرفیت‌سازی	توسعه‌دهنده‌ها	توسعه اقتصادی محلی
		حمایت دولت
		دسترسی به منابع مالی
		حفاظت و امنیت
		عدم مهاجرت نخبگان
		بهبود فضای کسب‌وکار
		توسعه اقتصادی محلی
	زمینه‌سازها	گردشگری فصلی
		روابط عمومی و اطلاع‌رسانی
		کاهش مسائل کلان سیاسی
		اشتقاق جامعه به بوم‌گردی
		قابلیت‌های جغرافیایی و تاریخی
		محیط و اقلیم
		کاهش مسائل اداری و ساختاری
توانمندسازی	تحریک‌کننده‌ها	ریسک‌پذیری
		جذابیت‌ها و ظرفیت‌های محلی
		حفاظت از محیط‌زیست
		توسعه شرکت‌های گردشگری
		احیای بافت محلی
		بازاریابی و تبلیغات
		فرهنگ‌سازی بوم‌گردی
	تسهیل‌کننده‌ها	زیرساخت‌های محلی
		تجهیزات و امکانات
		دسترسی به اطلاعات
		منابع مالی پایدار
		صرفه اقتصادی
		آموزش و مهارت‌آموزی
		کاهش واسطه‌گری
استقبال مردم محلی		
نظارت بر اقامتگاه‌ها		

علاوه بر ظرفیت‌سازی مقوله دیگری نیز روی ورود موفق کارآفرینان به حوزه بوم‌گردی تأثیر می‌گذارد که از آن به‌عنوان توانمندسازی نام‌برده می‌شود. توانمندسازی به‌دنبال تأثیرگذاری، معنادار بخشی، خودسامانی و بهبود شایستگی‌های فردی و گروهی است تا از این طریق، کارآفرینان از توانایی‌ها، قابلیت‌ها، نیازها و خواسته‌های خود، آگاه شده و با ایجاد اعتماد به‌نفس و خوداتکایی و افزایش توانمندی‌ها، شرایط لازم برای تحقق اهداف کسب‌وکار فراهم شود. در واقع منظور از «توانمندسازی» ایجاد توانایی سازگاری، مقاومت و انعطاف‌پذیری در مواجهه با مشکلات و تهدیدهای درون و برون‌سازمانی است. توانمندسازها در این مطالعه شامل عواملی هستند که ماهیتی درون‌زا دارند و با شناسایی و تبیین قوت‌ها و ضعف‌هایی که در کسب‌وکار وجود دارد موجب تشویق (تحریک‌کننده) کارآفرینان و بسترسازی (تسهیل‌کننده) برای ورود موفق کارآفرینان به حوزه بوم‌گردی می‌شود. زمانی که ظرفیت‌سازی با توانمندسازی به‌صورت توأمان در یک محیط پیچیده و پویا ایجاد شوند و با یکدیگر تعاملات چندگانه همراه باهم آفرینی داشته باشند می‌توان انتظار داشت نوعی هم‌افزایی بین آن‌ها رخ دهد و این زایش که بر مبنای جریان‌های دانشی درون و برون‌سازمانی است مقدمات لازم برای ورود موفق به حوزه بوم‌گردی توسط کارآفرینان را ایجاد کند (شکل ۱).

شکل ۱. چهارچوب پیشنهادی ورود موفق کارآفرینان به حوزه بوم‌گردی



اعتبارسنجی چهارچوب نظری با روش مدل‌سازی ساختاری - تفسیری

در این پژوهش، ابعاد چهارچوب مفهومی با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) سطح‌بندی و در نهایت اعتبارسنجی شده‌است. برای این کار، یعنی اعتبارسنجی چهارچوب تحقیق، پرسشنامه‌ای با فرمت مدل‌سازی ساختاری تفسیری تهیه شد و بین ۱۱ نفر خبره شامل شش استاد دانشگاه در رشته‌های گردشگری و مدیریت بازرگانی، سه نفر کارآفرین با حداقل هفت سال سابقه کار در حوزه گردشگری و بوم‌گردی و دو نفر از مدیران اجرایی مرتبط با حوزه تحقیق حاضر توزیع گردید.

مراحل مختلف مدل‌سازی ساختاری تفسیری را می‌توان در شش گام خلاصه کرد (تقوی‌فرد و اسدیان اردکانی، ۱۳۹۵). اولین گام مدل‌سازی ساختاری تفسیری تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری (SSIM) است که دربرگیرنده ابعاد شناسایی در چهارچوب تحقیق است، که توسط خبرگان با استفاده از نمادهای خاص خود، نوع و شدت روابط بین ابعاد مشخص می‌گردد (جدول).

جدول ۵: ماتریس خودتعاملی ساختاری

۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	ابعاد
V	V	O	A	O	X	O		تحریک‌کننده
V	V	O	A	X	O			تسهیل‌کننده
V	V	A	O	O				توسعه‌دهنده
V	V	A	O					زمینه‌ساز
V	V	X						توانمندسازی
V	V							ظرفیت‌ساز
V								هم‌افزایی پویا
								موفقیت در حوزه بوم‌گردی

پس از بررسی شدت و نوع روابط ابعاد چهارچوب با یکدیگر، با استفاده از ماتریس دستیابی اولیه (RM)، نمادهای روابط بین ابعاد به اعداد صفر و یک تبدیل می‌شود (جدول).

جدول ۶: ماتریس دستیابی اولیه

ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
تحریک کننده	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱
تسهیل کننده	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱
توسعه دهنده	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۱
زمینه ساز	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱
توانمندسازی	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱
ظرفیت ساز	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱
هم افزایی پویا	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
موفقیت در حوزه بوم گردی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱

جهت سازگار کردن ماتریس دستیابی اولیه با در نظر گرفتن روابط تعدی بین عناصر، ماتریس دستیابی نهایی تشکیل می شود. از آنجاکه در این تحقیق برای پر کردن پرسشنامه ها از خبرگان و صاحب نظران استفاده شده برای تشکیل ماتریس دستیابی نهایی از روش مد بر اساس بیشترین فراوانی در هر درایه استفاده شده است (جدول ۷).

جدول ۷: ماتریس دستیابی نهایی

ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	قدرت نفوذ
۱-تحریک کننده	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۶
۲-تسهیل کننده	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۶
۳-توسعه دهنده	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۶
۴-زمینه ساز	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۶
۵-توانمندسازی	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۴
۶-ظرفیت ساز	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۴
۷-هم افزایی پویا	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۲
۸-موفقیت در حوزه بوم گردی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
قدرت وابستگی	۲	۲	۲	۲	۶	۶	۷	۸	

در ادامه و پس از تعیین ماتریس دستیابی نهایی و مجموعه پیش نیاز برای هر عامل و تعیین مجموعه مشترک، سطح بندی عوامل انجام می شود. در این قسمت با توجه به محدودیت و

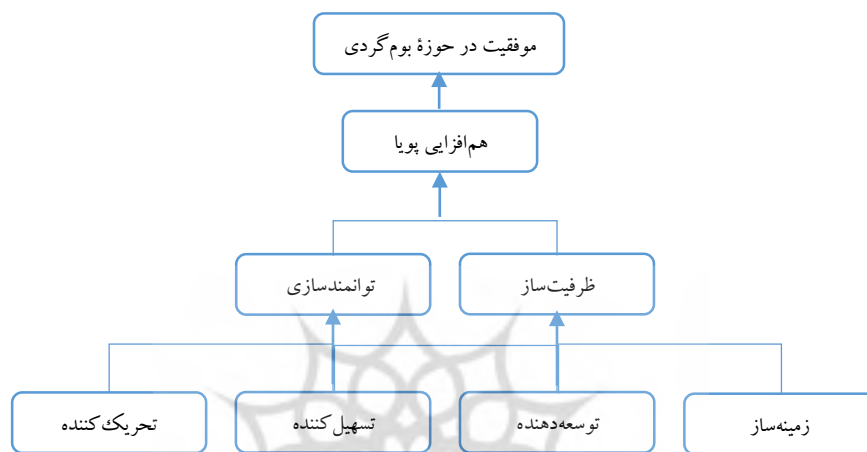
در راستای اختصار، فقط اولین دور سطح‌بندی‌ها ارائه و جواب نهایی در قسمت سطح بیان شده است (جدول ۸).

جدول ۸: تعیین سطح و اولویت متغیرها

سطح	مجموعه مشترک	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	عوامل	
	۳-۱	۸-۷-۶-۵-۳-۱	۳-۱	تحریک‌کننده	گام اول
	۴-۲	۸-۷-۶-۵-۴-۲	۴-۲	تسهیل‌کننده	
	۳-۱	۸-۷-۶-۵-۳-۱	۳-۱	توسعه‌دهنده	
	۴-۲	۸-۷-۶-۵-۴-۲	۴-۲	زمینه‌ساز	
	۶-۵	۸-۷-۶-۵	۶-۵-۴-۳-۲-۱	توانمندسازی	
	۶-۵	۸-۷-۶-۵	۶-۵-۴-۳-۲-۱	ظرفیت‌ساز	
	۷	۸-۷	۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱	هم‌افزایی پویا	
۱	۸	۱	۸-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱	موفقیت در حوزه بوم‌گردی	
	۳-۱	۷-۶-۵-۳-۱	۳-۱	تحریک‌کننده	گام دوم
	۴-۲	۷-۶-۵-۴-۲	۴-۲	تسهیل‌کننده	
	۳-۱	۷-۶-۵-۳-۱	۳-۱	توسعه‌دهنده	
	۴-۲	۷-۶-۵-۴-۲	۴-۲	زمینه‌ساز	
	۶-۵	۷-۶-۵	۶-۵-۴-۳-۲-۱	توانمندسازی	
	۶-۵	۷-۶-۵	۶-۵-۴-۳-۲-۱	ظرفیت‌ساز	
۲	۷	۷	۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱	هم‌افزایی پویا	
	۳-۱	۶-۵-۳-۱	۳-۱	تحریک‌کننده	گام سوم
	۴-۲	۶-۵-۴-۲	۴-۲	تسهیل‌کننده	
	۳-۱	۶-۵-۳-۱	۳-۱	توسعه‌دهنده	
	۴-۲	۶-۵-۴-۲	۴-۲	زمینه‌ساز	
۳	۶-۵	۶-۵	۶-۵-۴-۳-۲-۱	توانمندسازی	
۳	۶-۵	۶-۵	۶-۵-۴-۳-۲-۱	ظرفیت‌ساز	
	۳-۱	-۳-۱	۳-۱	تحریک‌کننده	گام چهارم
	۴-۲	-۴-۲	۴-۲	تسهیل‌کننده	
	۳-۱	-۳-۱	۳-۱	توسعه‌دهنده	
	۴-۲	-۴-۲	۴-۲	زمینه‌ساز	

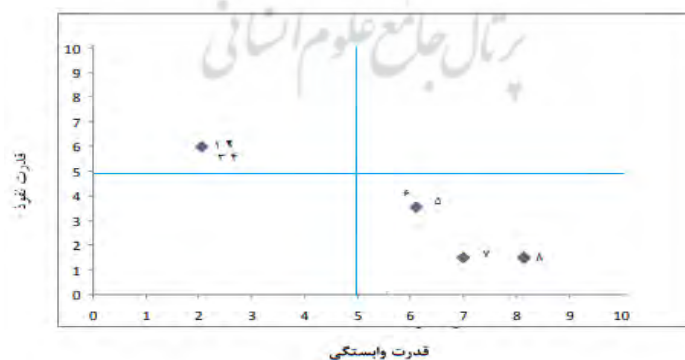
در گام بعدی، بر اساس سطوح تعیین شده و ماتریس دستیابی نهایی، مدل ساختاری تفسیری جهت سطح بندی ابعاد چهارچوب ترسیم (شکل ۲).

شکل ۲: مدل ساختاری تفسیری



در نهایت با تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ - وابستگی، چهار گروه خودمختار (دربرگیرنده عواملی است که دارای قدرت نفوذ و وابستگی ضعیف هستند)، وابسته (شامل عواملی که دارای قدرت نفوذ کم ولی وابستگی شدید هستند)، پیوندی (شامل عواملی است که دارای قدرت نفوذ و وابستگی زیاد هستند) و مستقل (عواملی که دارای قدرت نفوذ قوی ولی وابستگی ضعیف هستند) به صورت شکل زیر ارائه شده است (شکل ۲).

شکل ۳: تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ - وابستگی



نتایج تجزیه و تحلیل قدرت - نفوذ نشان می‌دهد که می‌توان یافته‌های تحقیق را در دو گروه و خوشه مستقل که شامل ابعاد (۱-۲-۳-۴) و دو خوشه وابسته که گروه اول یعنی (۵-۶) وابستگی کمتری و نفوذ بیشتری دارند و گروه دوم (۷) که نفوذ کمتر ولی وابستگی بیشتر و در نهایت گروه سوم (۸) که وابستگی خیلی زیاد و نفوذ پایین دارد سطح بندی کرد، که با یافته‌های چهارچوب تحقیق همخوانی داشته و آن را تأیید می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش بر اساس رویکرد کیفی، داده‌ها به وسیله مصاحبه اکتشافی با ۱۴ نفر خبره و فعال در حوزه بوم گردی جمع‌آوری و بر مبنای روش نظریه زمینه‌ای گلگیری (۲۰۰۲) تجزیه و تحلیل شده است، که در نهایت ۲ مقوله اصلی، ۴ مفهوم (مقوله فرعی) و ۳۰ واقعه به عنوان پیشایندهای ورود موفق کارآفرینان به حوزه بوم گردی کشف و برجسب گذاری شدند. بر اساس یافته‌های تحقیق، پیشایندهای حوزه بوم گردی تحت تأثیر دو مقوله «ظرفیت سازی» و «توانمندسازی» قرار دارد، به طوری که هم آفرینی و تعاملات چندگانه بین آن‌ها موجب «هم‌افزایی پویا» و در نتیجه ورود موفق کارآفرینان به حوزه بوم گردی خواهد شد.

مطابق یافته‌های تحقیق، یکی از پیشایندهای ورود موفق به حوزه بوم گردی ظرفیت سازی است که با ماهیتی برون‌زا به دنبال استفاده از فرصت‌های محیطی و خنثی سازی تهدیدات بیرونی است و از دو بعد عوامل توسعه دهنده و زمینه ساز تشکیل شده است. در این بین، یکی دیگر از پیشایندهای ورود موفق کارآفرینان به حوزه بوم گردی توانمندسازی است، که ماهیتی درون‌زا دارد و به دنبال استفاده از قوت‌ها و رفع ضعف‌ها با ابزارهای درونی است و از دو بعد عوامل تحریک کننده و عوامل تسهیل کننده ساخته شده است.

پیشنهاد‌های کاربردی

با توجه به اهمیت توسعه بوم گردی در اشتغال‌زایی (امیدوار، ۱۳۸۴) و تولید ثروت پایدار، یکی از مشکلات اصلی این حوزه فقدان منابع سرمایه‌ای لازم برای ایجاد و توسعه این نوع کسب و کارهاست. در این خصوص، حمایت دولت از این نوع کسب و کارها و کارآفرینان فعال در این حوزه بسیار ضروری است. دولت‌ها با سازوکارهای همچون ارائه وام‌های کم‌بهره با دوره تنفس چندساله، یارانه‌های هدفمند و ویژه و کمک‌های مالی بلاعوض

می‌توانند در پیشبرد بوم‌گردی بسیار تأثیرگذار باشند. دولت همچنین می‌تواند با ساده‌سازی فرایندهای دریافت مجوزهای فعالیت بوم‌گردی در توسعه این نوع کسب‌وکارها بسیار تأثیرگذار باشد (کانجورمان و عزیز، ۲۰۱۹). ضمناً با توجه به اینکه بوم‌گردی اصولاً در مناطق بکر و خارج از شهرها و فضاهای در دسترس قرار دارد، دولت برای رونق و بهبود این حوزه باید زیرساخت‌های لازم از قبیل جاده‌سازی، آسفالت و احداث سرویس‌های بهداشتی در جاده‌ها را برای رفاه حال گردشگران ایجاد کند. این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های لی و چو^۱ (۲۰۱۷)، کانجورمان و آریز (۲۰۱۹) و راستگو (۱۳۹۶) همخوانی دارد.

مسائل امنیتی و حفاظتی یکی از مواردی است که بسیار موردنظر گردشگران خارجی قرار دارد. زمانی که در مقصد گردشگران امنیت کافی وجود نداشته باشد، جذب گردشگری معنی نخواهد داشت. در این بین، یکی از مشکلات اصلی حوزه بوم‌گردی ورود افراد غیرمتخصص و سودجو است که هزینه‌های مادی، اجتماعی و زیست‌محیطی زیادی را بر حوزه بوم‌گردی وارد کرده‌اند، که می‌توان به تخریب محیط زیست و تحریک جامعه محلی اشاره نمود. در این خصوص، کار اصلی مدیریت و حذف دلالتان و واسطه‌گراست، زیرا واسطه‌ها و دلالتان این حوزه با معرفی گردشگران به اقامتگاه‌های خاصی که تحت قرارداد آنهاست و اغلب فاقد کیفیت لازم نیز است درآمد و میزان مراجعه به سایر اقامتگاه‌های بوم‌گردی را کاهش می‌دهند و موجب تضعیف فعالیت سایر کسب‌وکارهای بوم‌گردی نیز می‌گردند. در این خصوص، محدود کردن صدور مجوز به افراد محلی، ایجاد تعاونی‌های بوم‌گردی و نظارت و بازرسی‌های مستمر از اقامتگاه‌ها موجب ارزش‌آفرینی برای کارآفرینان شده و منجر به حذف اقامتگاه‌های بوم‌گردی می‌گردد. این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های موندال^۲ (۲۰۱۷)، چاندر (۲۰۱۸)، کانجورمان و آریز (۲۰۱۹)، او کامپو و همکاران (۲۰۱۸)، هوروات (۲۰۱۸) و رستمی و احسانی‌فر (۱۳۹۷) همخوانی دارد.

یکی دیگر از عوامل ورود موفق به حوزه بوم‌گردی، آموزش و مهارت‌آموزی افراد و کارآفرینان است. زمانی که فعالان و کارآفرینان با وظایف خود و نحوه ارائه خدمات و همچنین اطلاعات در حوزه بوم‌گردی و منطقه هدف آشنا باشند، در ارائه خدمت به گردشگران بهتر عمل می‌کنند و کیفیت خدمات ارائه‌شده از جانب آنها توسعه خواهد

1 Lee & Choi

2 Mondal

یافت. در این باره، آموزش مهارت‌های ارتباطی افراد محلی، خانواده‌ها و فعالان این حوزه می‌بایست در اولویت قرار گیرد تا با یادگیری شیوه‌های نوین برخورد با بوم‌گردها باعث جلب اعتماد آن‌ها و رونق این حوزه شوند. این نتایج با یافته‌های پژوهش آشوک و همکاران^۱ (۲۰۱۷)، آدامز و سانداروپا (۲۰۱۸) و لطفی و همکاران (۱۳۹۶) همخوانی دارد.

عدم ریسک‌پذیری یکی دیگر از عوامل تهدیدکننده ورود کارآفرینان به حوزه بوم‌گردی است که اغلب به دلایل عدم استقلال مالی و ترس از انتقاد دیگران به وجود می‌آید، که با اتخاذ استراتژی‌هایی مانند تأسیس صندوق‌های حمایتی و آموزش‌های مرتبط می‌توان علاوه بر افزایش ریسک‌پذیری فعالان این حوزه، موجبات رونق هرچه بیشتر بوم‌گردی را فراهم آورد. این نتایج با یافته‌های پژوهش عسگری و همکاران (۱۳۹۷) همخوانی دارد.

در عصر کنونی، اطلاعات همچون سرمایه‌ای بسیار ارزنده است و درندگان اطلاعات و روابط عمومی پیروزان میدان تجارت هستند. در این مورد، ایجاد بانک‌های اطلاعاتی و مطالعه و آگاهی از سبک زندگی مردم محلی و روابط دوستانه با آن‌ها یکی از عوامل موفقیت صنعت بوم‌گردی و اداره اقامتگاه‌هایی مانند آن است. این نتایج با یافته‌های پژوهش آدامز و سانداروپا (۲۰۱۸) و لطفی و همکاران (۱۳۹۶) همخوانی دارد.

بازاریابی و تبلیغات یکی دیگر از عوامل مؤثر در ترغیب و جذب گردشگران به مناطق بوم‌گردی است. یافته‌ها نشان می‌دهد که تنوع در طراحی آمیخته بازاریابی در زمینه بوم‌گردی منجر به ترغیب گردشگران می‌شود. لذا لازم است کارآفرینان از انواع روش‌های تبلیغاتی مانند بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی، قیمت‌گذاری رقابتی، ایجاد سرویس‌های حمل‌ونقل مناسب و سایر عوامل به‌طور مؤثر بهره‌مند شوند. همچنین با توجه به اینکه بوم‌گردی یک صنعت نوپاست نیاز به شناساندن آن به مردم و حتی به صورت جهانی الزامی است و خط‌مشی‌گذاران باید در راستای بازاریابی برای این صنعت سرمایه‌گذاری کنند و با تبلیغات و معرفی منابع طبیعی بکر به مردم جهان از طریق سفارت‌خانه‌ها و سرویس‌دهی عالی به گردشگران در ارتقای این صنعت تلاش کنند. این نتایج با یافته‌های پژوهش اسکوکیک و همکاران (۲۰۱۹) و نورگروهو و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد.

با توجه به ماهیت و طبیعت بوم‌گردی، گردشگران اغلب باهدف سفر به یک مقصد با جاذبه‌های محلی و بومی اقدام به بوم‌گردی میکنند؛ بنابراین کارآفرینان باید تمرکز بیشتری

بر تقویت و حفظ بافت محلی منطقه داشته باشند. در این بین، تاکید بر ایجاد جاذبه‌های طبیعی در بین اقامتگاه‌ها به اندازه منابع و جاذبه‌های طبیعی کشش ایجاد کنند. به همین دلیل، اقامتگاه‌ها علاوه بر اینکه باید در دل جاذبه‌های طبیعی احداث شوند بایستی خود نیز دارای معماری و زیبایی‌های جذاب باشند. مثلاً اقامتگاه‌ها شکل و بافت همان منطقه را داشته باشند یا اگر در داخل یک روستا قرار دارند، متناسب با شکل سنتی و اصلی آن روستا بازسازی شوند تا جذابیت ایجاد کنند. این نتایج با یافته‌های پژوهش کانجورمان و آریز (۲۰۱۹)، ماخمودووا (۲۰۱۹)، مولیادی (۲۰۱۹) و مارتینزو و همکاران (۲۰۱۸) همخوانی دارد.

توجه به رضایت مشتری در همه حوزه‌ها به خصوص بوم‌گردی بسیار اهمیت دارد. در این راستا، مشتریان راضی صدها مشتری را ترغیب می‌کنند و مشتریان ناراضی موجب دفع مشتریان بالقوه خواهند شد. یکی از ابزارهای مؤثر در رضایت و همچنین وفاداری مشتریان استفاده از تجهیزات و امکانات مناسب گرمایشی و سرمایشی، امکانات ارتباطی، امکانات و وسایل حمل‌ونقل و ... برای اقامتگاه‌های بوم‌گردی است که در این بین، می‌بایست سرمایه‌گذاری مناسبی صورت گیرد. این یافته با پژوهش‌های نورگر و همکارانش (۲۰۱۹) و کونجورمان و آریز (۲۰۱۹) همخوانی دارد.

استقبال مردم محلی از کسب‌وکارهای بوم‌گردی را می‌توان به جرئت یکی از عوامل تسهیل‌کننده بوم‌گردی دانست. مردم بومی منطقه می‌توانند به‌عنوان یک شمشیر دو لبه برای اقامتگاه‌های بوم‌گردی عمل کنند و استقبال مردم محلی مهم‌ترین عامل در توسعه بوم‌گردی است. در این خصوص، فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی در مورد مزایای بوم‌گردی می‌تواند بسیار گره‌گشا باشد. این یافته با پژوهش‌های انجام‌شده توسط رین و همکاران (۲۰۲۰) و آکونو و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد.

در پایان تأکید می‌گردد که این تحقیق در حوزه کسب‌وکارهای بوم‌گردی انجام‌شده و علی‌رغم شباهت‌های بسیار زیادی که بین این نوع کسب‌وکار و سایر مشاغل و کسب‌وکارها وجود دارد، نتایج این پژوهش به دلیل تمرکز ویژه بر حوزه بوم‌گردی، قابلیت تعمیم نسبتاً کمی به سایر کسب‌وکارها خواهد داشت. همچنین با توجه به درهم‌تنیدگی، شباهت‌های معنایی و پیچیدگی بسیار زیاد مفاهیم و شاخص‌ها، غالباً طبقه‌بندی و تفکیک آن‌ها به گزاره‌های مختلف با دشواری‌هایی زیادی همراه بوده‌است، که در این راستا محققان تلاش کردند با استفاده از تفکر

عمیق و نظر خبرگان، بسیاری از این موانع را برطرف کنند؛ با این حال راه برای تحقیقات آتی جهت شناسایی و برجسب گذاری مفاهیم و شاخص های جدید همواره باز است.

تعارض منافع

تعارض منافع وجود ندارد.

ORCID

Mohammad Reza Fallah
Abolfazl Hatami varzaneh
Tahere Rezaei



<https://orcid.org/0000-0003-2889-8492>
<https://orcid.org/0000-0002-2351-1634>
<https://orcid.org/0000-0001-8616-5102>

منابع

- امیدوار، کمال. (۱۳۸۴). جاذبه های اکوتوریستی در طبیعت برهنه استان یزد. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۳(۹)، ۱۱۷-۱۴۰.
- ایلدرمی، علیرضا، حسینی، موسی و قربانی، محمد. (۱۳۹۹). امکان سنجی ایجاد کمپ اکوتوریستی تفرجگاه بالخلی بولاغی شهر گرماب. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۵(۵۱)، ۲۰۶-۱۷۲. doi: 10.22054/tms.2020.17412.1489
- پلویی، کیوان، فضلوی، صفر، درویشی سه تلانی، فرهاد، بیات، روح الله و قادری، اسماعیل. (۱۳۹۸). اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری سلامت ایران در افق ۱۴۱۴ با رویکرد مدل سازی ساختاری تفسیری. *گردشگری و توسعه*، ۸(۳)، ۱-۲۹.
- تقوی فرد، محمد تقی و اسدیان اردکانی، فائزه. (۱۳۹۵). ارائه مدل توسعه گردشگری الکترونیکی با رویکرد مدل سازی ساختاری - تفسیری. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۱(۳۳)، ۳۹-۳۹. doi: 10.22054/tms.2016.4162.19
- حسام، مهدی و اروجی، حسن. (۱۳۹۹). شناسایی و ارزیابی کانون های بومگردی در استان گیلان. برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۸(۳۱)، ۹۷-۱۱۴. doi: 10.22080/jtpd.2020.16899.3105
- دانایی فرد، حسن، الوانی، مهدی & آذر، عادل. (۱۳۸۵). *روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع، چاپ پنجم، انتشارات صفار*.
- راستگو، عبدالرسول. (۱۳۹۶). *امکان سنجی تسهیل بوم گردی در سکونتگاه پیراشهری (مطالعه موردی شهرستان زرین دشت)*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هرمزگان.
- رحمانی پور، محمد و نصر اصفهانی، احمد رضا. (۱۳۹۲). *روش شناسی پژوهش های داخلی و خارجی مربوط به حوزه برنامه درسی در آموزش عالی*. *دوفصلنامه نظریه و عمل در برنامه درسی*، ۱(۲)، ۱۲۵-۱۴۸.

- رستمی قبادی، فرحناز و احسانی فر، ته‌مینه. (۱۳۹۷). پیش‌ران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی. *کارآفرینی در کشاورزی*، ۲۵(۲)، ۷۱-۸۲. doi: 10.22069/jead.2018.15614.1347
- رنجبر، هادی، حق دوست، علی اکبر، صلصالی، مهوش، خوشدل، علیرضا، سلیمانی، محمدعلی و بهرامی، نسیم. (۱۳۹۱). نمونه گیری در پژوهش‌های کیفی: راهنمایی برای شروع. *مجله دانشگاه علوم پزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران*، ۱۰(۳) (مسلسل ۳۹)، ۲۳۸-۲۵۰.
- سجاسی قیداری، حمدالله، شایان، حمید و فعال جلالی، امین. (۱۳۹۹). کسب و کارهای مسئولانه: سنجش سطح مسئولیت پذیری زیست محیطی صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی مطالعه موردی: خراسان رضوی. *برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، ۸(۳۱)، ۱۱۵-۱۳۲. doi:10.22080/jtpd.2020.17147.3134
- عسگری، رسول، شمس‌الدینی، علی و کردوانی، پرویز. (۱۳۹۷). ارائه مدل آینده نگر کارآفرینی مبتنی بر بوم‌گردی در روستاهای هدف گردشگری مطالعه موردی: روستاهای گردشگری شهرستان خورویابانک. *برنامه ریزی منطقه‌ای*، ۸(۳۱)، ۹۱-۱۰۲.
- فرهنگی، علی اکبر، کروی، مهدی و صادق وزیری، فراز. (۱۳۹۴). نظریه داده بنیاد کلاسیک؛ شرح مراحل تولید نظریه مرکز ثقلی هویت برند توریسم سلامت ایران. *مدیریت بازرگانی*، ۷(۱)، ۱۴۵-۱۶۲. doi:10.22059/jibm.2015.52324
- قاسمی، مهدی، (۱۳۹۶). تأثیر بوم‌گردی بر گردشگری پایدار و کسب‌وکارهای روستایی (مطالعه موردی منطقه توران). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه سمنان.
- لطفی، صدیقه، رمضان زاده لسبویی، مهدی و ابراهیمیان، مهناز. (۱۳۹۶). سنجش نگرش مردم نسبت به نقش آموزش در تمایل به کارآفرینی بوم‌گردی (مطالعه موردی: منطقه کویری و بیابانی خور و بیابانک). *برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، ۶(۲۱)، ۵۴-۷۶. doi:10.22080/jtpd.2017.1528
- مرادزاده، عبدالباسط، قاسمی، محمد، سالارزهی، حبیب‌ا...، یعقوبی، نورمحمد و بذرافشان، جواد. (۲۰۱۸). اولویت‌بندی پیش‌ران‌های توسعه اکوتوریسم کارآفرینانه با رویکرد توانمندسازی اجتماع‌محور. *توسعه کارآفرینی*، ۱۱(۱)، ۱۶۱-۱۷۹.
- نصیری مجد، علیرضا، (۱۳۹۶). بررسی اثرات اقتصادی-فرهنگی بوم‌گردی بر جامعه محلی (محدوده مورد مطالعه بندر هنر و تخت سرطشتک). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هرمزگان.
- هرندی، عطاءاله و میرزائیان خمسه، پیوند. (۱۳۹۶). تبیین مدل جذب گردشگر سلامت: با استفاده از استراتژی تئوری داده بنیاد کلاسیک. *نشریه گردشگری شهری*، ۴(۱)، ۸۷-۹۸. doi:10.22059/jut.2017.61997

References

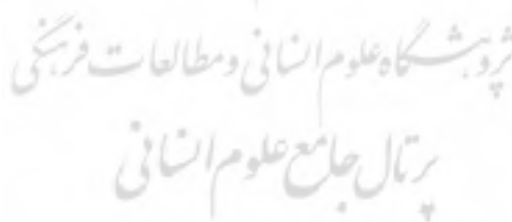
- Adams, K. M., & Sandarupa, D. (2018). A room with a view: Local knowledge and tourism entrepreneurship in an unlikely Indonesian locale. *Asian Journal of Tourism Research*, 3(1), 1-26.
- Aquino, R., Lück, M., & Schänzel, H. (2018). *Tourism Social Entrepreneurship for Sustainable Community Development: Review and Conceptual Framework* [Conference presentation]. Get Smart: Paradoxes and Possibilities in Tourism, Hospitality and Events Education and Research, Australia.
- Ashok, S., Tewari, H.R., Behera, M.D., Majumdar, A., (2017). Development of ecotourism sustainability assessment framework employing Delphi, C&I and participatory methods: A case study of KBR, West Sikkim, India. *Journal of Tourism Management Perspectives*. 21(1). 24-41.
- Askari, R., sh, A., kardvani, P. (2018). Presenting a Futuristic Model of Entrepreneurship based on Indigenous Tourism Target Villages: A case Study Khor & Biabank. *Regional Planning*, 8(31), 91-102. [In Persian]
- Bakas Fiona, E., Duxbury, N., & Vinagre de Castro, T. (2019). Creative tourism: catalysing artisan entrepreneur networks in rural Portugal. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 731-752. doi:10.1108/IJEBR-03-2018-0177.
- Bogatyreva, K., Edelman, L. F., Manolova, T. S., Osiyevskyy, O., & Shirokova, G. (2019). When do entrepreneurial intentions lead to actions? The role of national culture. *Journal of Business Research*, 96(2019), 309-321.
- Brandt, J. S., & Buckley, R. C. (2018). A global systematic review of empirical evidence of ecotourism impacts on forests in biodiversity hotspots. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 32(2018), 112-118. doi:https://doi.org/10.1016/j.cosust.2018.04.004
- Brieger, Steven A, & De Clercq, Dirk. (2019). Entrepreneurs' individual-level resources and social value creation goals. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 1-43.
- Çetinkaya, C., Kabak, M., Erbaş, M., & Özceylan, E. (2018). Evaluation of ecotourism sites: a GIS-based multi-criteria decision analysis. *Kybernetes*, 47(8), 1664-1686.
- Chandra, S. (2018). Ecotourism In and Around Santiniketan: Challenges and Potentialities. *Gitanjali & Beyond*, 2(1), 79-111. doi:10.14297/gnb.2.1.79-111
- Choi, Y. E., Oh, C.-O., & Chon, J. (2021). Applying the resilience principles for sustainable ecotourism development: A case study of the Nakdong Estuary, South Korea. *Tourism Management*, 83(2021), 104237. doi:https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104237
- Chowdhury, Farzana, Audretsch, David B, & Belitski, Maksim. (2019). Institutions and entrepreneurship quality. *Entrepreneurship theory and practice*, 43(1), 51-81.
- Coronado, Y., Rosas-Baños, M., & Cerón, H. (2018). Ecotourism as a path to sustainable development in an isolated Magic Town: The case study of La Trampa, Mexico. *Journal of Tourism Analysis*, 25(1), 1-17. doi:10.1108/JTA-02-2018-0004

- Danaeifard, H., Alwani, M., & Azar, A. (2006). *Qualitative Research Methodology in Management: A Comprehensive Approach*, Fifth Edition, Saffar Publications. [In Persian]
- De Mol, E., Cardon, M. S., de Jong, B., Khapova, S. N., & Elfring, T. (2020). Entrepreneurial passion diversity in new venture teams: An empirical examination of short-and long-term performance implications. *Journal of Business Venturing*, 35(4), 1-18.
- Farhangi, A., Karoubi, M., Saadeghvaziri, F. (2015). Classic Grounded Theory; description of generating Gravity Center of Iranian Health Tourism Brand Identity Theory. *Journal of Business Management*, 7(1), 145-162. doi: 10.22059/jibm.2015.52324. [In Persian]
- Ghasemi, M. (1396). *The Impact of Ecotourism on Sustainable Tourism and Rural Businesses (Case Study of Turan Region)*. (Master degree). Recoverable from treasure, Iranian scientific database. Semnan University. [In Persian]
- Harandi, A., & Mirzaeyan khamseh, P. (2017). Explaining Health Tourism Attraction Model: Using Classic Grounded Theory Strategy. *urban tourism*, 4(1), 87-98. doi: 10.22059/jut.2017.61997. [In Persian]
- Hasanuddin, R., Nurdin, H., & Purwanto, W. (2018). *Windmill Techno Park for The Integrated Educational Tourism Model (Innovation of Field Trip Method for Vocational and Technology Education)* [Conference presentation]. International Conference Asosiasi Pendidikan Teknologi dan Kejuruan Indonesia, Indonesia.
- Hatthakijphong, Panicha, & Ting, Hsiu-I. (2019). Prioritizing successful entrepreneurial skills: An emphasis on the perspectives of entrepreneurs versus aspiring entrepreneurs. *Thinking Skills and Creativity*, 34(1), 51-81.
- Hesam, M., oroji, H. (2020). Identification and Evaluation of ecotourism destinations in Guilan Province. *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(31), 97-114. doi: 10.22080/jtpd.2020.16899.3105. [In Persian]
- Horváth, D. (2018). *The role of migrant entrepreneurs in ecotourism development: The case of Las Trancas, Chile*. Thesis for: Master of Arts Advisor: Helene Balslev Clausen.
- Huber, P., Hujala, T., Kurttila, M., Wolfslehner, B., & Vacik, H. (2019). Application of multi criteria analysis methods for a participatory assessment of non-wood forest products in two European case studies. *Forest Policy and Economics*, 103(1), 103-111. doi:https://doi.org/10.1016/j.forpol.2017.07.003.
- Ildoromi, A., Hosseini, S., Ghorbani, M. (2020). The feasibility of establishing ecotourism resort Blakely Boulaghi promenade the city Garmab. *Tourism Management Studies*, 15(51), 172-206. doi: 10.22054/tms.2020.17412.1489. [In Persian]
- Isaga, Nsubili. (2019). Start-up motives and challenges facing female entrepreneurs in Tanzania. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11(2), 102-119.

- Kry, S., Sasaki, N., Datta, A., Abe, I., Ken, S., & Tsusaka, T. W. (2020). Assessment of the changing levels of livelihood assets in the Kampong Phluk community with implications for community-based ecotourism. *Tourism Management Perspectives*, 34(1), 100664. doi:https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100664.
- Kuckertz, A., Berger, E. S. C., & Brändle, L. (2020). Entrepreneurship and the sustainable bioeconomy transformation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 37(1), 332-344. doi:https://doi.org/10.1016/j.eist.2020.10.003
- Kunjuraman, V., & Aziz, R. C. (2019). Community-based ecotourism (cbe) development in lower kinabatangan of sabah, malaysian borneo. *Revista Turismo: estudos e práticas*, 8(1), 13-43.
- Ladge, J., Eddleston, K. A., & Sugiyama, K. (2019). Am I an entrepreneur? How imposter fears hinder women entrepreneurs' business growth. *Business Horizons*, 62(5), 615-624. doi:https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.05.001
- Lee, J.-h., & Choi, H. O. (2017). Stakeholders' views on reducing financial support in government-led ecotourism areas. *Ocean & Coastal Management*, 144(1), 7-15. doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2017.03.033.
- Lotfi, S., Ramzanzadeh Lesboei, M., Ibrahimian, M. (2017). The Relation of Training and Knowledge with Development of Ecotourism Entrepreneurship (A Case Study of Desert Regions of Kerman). *Journal of Tourism Planning and Development*, 6(21), 54-76. doi: 10.22080/jtpd.2017.1528. [In Persian]
- Makhmudova, A. (2019). *Ecotourism development tendencies. The case of uzbekistan*[Conference presentation]. International Scientific and Practical Conference " Innovative ideas of modern youth in science and education."
- Martínez, Y. C., Baños, M. R., & Monroy, H. C. (2018). Ecotourism as a path to sustainable development in an isolated Magic Town. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 25(1), 23-38.
- Mondal, MD. (2017). SWOT Analysis and Strategies to Develop Sustainable Tourism in Bangladesh, *UTMS Journal of Economics*, 8(2), 159-167.
- Moradzadeh, A, Ghasemi, M, Salarzahi, H, Yaghoubi, N & Bazrafshan, J. (2018). Prioritizing the Propellants of developing community-based tourism with the approach of community-based empowerment. *Journal of Entrepreneurship Development*, 11(1), 161-179. [In Persian]
- Mulyadi, A. (2019). Modeling of tourists, local population, natural and cultural resources toward ecotourism product (case study in Seagrass Trikora Conservation Area). *Society and Business Review*, 15(3), 1-20. doi:10.1108/SBR-08-2018-0088
- Nasiri Majd, A. (1396). Investigating the socio-cultural economic effects of ecotourism on the local community (study area of Hanza port and Takht-e-Sartashtak). (master degree). Hormozgan University. [In Persian]
- Ncanywa, T. (2019). (Entrepreneurship and development agenda: A case of higher education in South Africa. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1), 1-11.
- Nugroho, A. W., Mukhlisi, M., & Atmoko, T. (2019). Efforts to Improve Ecotourism Management for Bekantan Conservation From Visitors' Perspectives: a Case Study in Balikpapan East Kalimantan. *Jurnal Penelitian Kehutanan Wallacea*, 8(1), 57-69.

- Ocampo, L., Ebisa, J. A., Ombe, J., & Geen Escoto, M. (2018). Sustainable ecotourism indicators with fuzzy Delphi method – A Philippine perspective. *Ecological Indicators*, 93(1), 874-888. doi:https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2018.05.060
- Omidvar, K. (2005). Ecotourism Attractions in Bare Nature of Yazd Province. *Tourism Management Studies*, 3(9), 117-140. [In Persian]
- Poloie, K., Fazli, S., Darvish, F., Baiat, R., Ghaderi, E. (2019). Prioritizing factors affecting the development of health tourism industry in Iran in the 1414 horizons with the approach of interpretive structural modeling. *Journal of Tourism and Development*, 8(3), 1-29. doi: 10.22034/jtd.2019.173793.1663. [In Persian]
- Rahmanpour, M., & Nasr Esfehiani, A. R. (2014). Internal and external research methodologies relevant to the curriculum in higher education [research]. *CURRICULUM*, 1(2), 125-148. [In Persian]
- Ranjbar, H, Haghdoost, A, Salsali, M, Khoshdel, A, Soleimani, M & Bahrami, N. (2012). Sampling in Qualitative Research: A Guide to Getting Started. *Journal of Army University of Medical Sciences of the Islamic Republic of Iran*, (3) 10 (Serial 39), 238-250. [In Persian]
- Rastgoo, A. (1396). *Feasibility study of facilitating ecotourism in Pirashahri settlement (case study of Zarrin Dasht city)*. (Master degree). Hormozgan University. [In Persian]
- Ren, L., Li, J., Li, C., & Dang, P. (2020). Can ecotourism contribute to ecosystem? Evidence from local residents' ecological behaviors. *Science of The Total Environment*, 143814. doi:https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.143814
- Rostami ghobadi, F., & Ehsanifar, T. (2018).. *Entrepreneurship in Agriculture*, 5(2), 71-82. doi: 10.22069/jead.2018.15614.1347. [In Persian]
- Ruhanen, L. (2019). The prominence of eco in ecotourism experiences: An analysis of post-purchase online reviews. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39(2019), 110-116. doi:https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.03.006
- Saatsakis, I. (2018). *Ecotourism: An environmental concern or a new diversification of the mass tourism market, the case of Crete*. (Doctor of Philosophy). Buckinghamshire New University (validated by Brunel University), London.
- Sharma, Lalit. (2018). Entrepreneurial intentions and perceived barriers to entrepreneurship among youth in Uttarakhand state of India. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(4), 243-269.
- Singh, S. H., Bhowmick, B., Eesley, D., & Sindhav, B. (2019). Grassroots innovation and entrepreneurial success: Is entrepreneurial orientation a missing link?. *Technological Forecasting and Social Change*, 164(2021), 119582.
- Sobhani gheidari, H., Shayan, H., & faal jalali, A. (2020). Responsible Businesses: Measuring the environmental responsibility level of ecolodges Case Study: Khorasan Razavi. *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(31), 115-132. [In Persian]

- Song, Yu, Sun, Xuezi, & Hua, Yi. (2019). *Entrepreneur Higher Extroversion's Impacts on Innovation Performance of Start-ups* [Conference presentation]. 2nd International Conference on Economy, Management and Entrepreneurship (ICOEME 2019).
- Staniewski, M. W., & Awruk, K. (2019). Entrepreneurial success and achievement motivation—A preliminary report on a validation study of the questionnaire of entrepreneurial success. *Journal of Business Research*, *101*, 433-440.
- Taghavifard, M., Asadian Ardakani, F. (2016). Providing a Model for Electronic Tourism Development with an Interpretive Structural Modeling (ISM) Approach. *Tourism Management Studies*, *11*(33), 19-39. doi: 10.22054/tms.2016.4162. [In Persian]
- Tseng, M.-L., Lin, C., Remen Lin, C.-W., Wu, K.-J., & Sriphon, T. (2019). Ecotourism development in Thailand: Community participation leads to the value of attractions using linguistic preferences. *Journal of Cleaner production*, *231*, 1319-1329. doi:https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.305
- Voumard, M. (2019). Promises and pitfalls of ecotourism: patterns from a literature review. *Revista Investigaciones Turísticas*, *17*(1), 1-23. doi:10.14198/INTURI2019.17.01
- Wang, W., Feng, L., Zheng, T., & Liu, Y. (2021). The sustainability of ecotourism stakeholders in ecologically fragile areas: Implications for cleaner production. *Journal of Cleaner production*, *279*(2021), 123606. doi:https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123606
- Wearing, S., & Schweinsberg, S. (2018). *Ecotourism: Transitioning to the 22nd century*: Routledge



استناد به این مقاله: فلاح، محمدرضا، (۱۴۰۰)، «ارائه چارچوبی برای تبیین پیشایندهای ورود موفق کارآفرینان به حوزه بوم گردی»، مطالعات مدیریت گردشگری، (۵۵)، ۱۶۵-۲۰۰.



Tourism Management Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.