

مدل مشارکت ذی‌نفعان در توسعه کارآفرینی گردشگری شهر یزد

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۷/۰۸ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۲/۰۹/۲۷

فائزه السادات میرفخرالدینی^{*۱} سید رضا بهادری^۲

۱. استادیار رشته مدیریت گردشگری، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران.
۲. دانش‌آموخته دکتری گردشگری، دانشکده حسابداری و مدیریت، پردیس دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

چکیده:

تحقیقات نشان داده است که مشارکت ذی‌نفعان در راستای توسعه کارآفرینی‌ها از اهمیت شایانی برخوردار است. بر همین مبنا تحقیق حاضر با هدف ارائه مدل مشارکت ذی‌نفعان در توسعه کارآفرینی‌های گردشگری شهر یزد صورت پذیرفت. بر مبنای مدل پژوهش، پرسشنامه‌ای طراحی و داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس تحلیل شد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی و آزمون‌های مرتبط نیز نشان داد مدل از روایی و پایایی مناسبی برخوردار است و در نهایت مدل مشارکت ذی‌نفعان در توسعه کارآفرینی گردشگری شهر یزد مورد تأیید قرار گرفت. ابعاد و مؤلفه‌های مدل مشتمل بر بعد اقتصادی (مؤلفه‌های تسهیلات اقتصادی، تعاون اقتصادی، وضعیت اقتصادی، مشارکت در اقتصاد)، اجتماعی فرهنگی (مؤلفه‌های باورها، سرمایه اجتماعی، فرهنگ سازی، ارزش‌ها)، نهادی سیاسی (مؤلفه‌های قوانین و مقررات، حیطه قدرت، اراده سیاسی، دیپلماسی خارجی) روانشناختی (مؤلفه‌های ویژگی‌های شخصیتی، نگرش فردی) و بعد تکنولوژیک و جغرافیایی-محیطی است که به صورت مستقیم در مدل در نظر گرفته شده است.

واژه‌های کلیدی: مدل مشارکت ذی‌نفعان، مشارکت ذی‌نفعان، کارآفرینی، کارآفرینی گردشگری.

* نویسنده رابط: mirfakhr.faeze@yaz.ac.ir

مقدمه

بر طبق نظر شورای سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۹ صنعت گردشگری تأثیر شگرفی بر اقتصاد، اشتغال، محیط زیست و پایداری داشته است و تأثیر مستقیم، غیرمستقیم و القایی آن بالغ بر ۸,۹ تریلیون دلار و ۱۰,۳ درصد از تولید ناخالص داخلی در سطح جهانی بوده است. در واقع این حجم بالا از اثرگذاری موجب شده محققان و سیاستگذاران به این فکر بیافتند که لازم است منافع حاصله از توسعه این صنعت باید در میان بخش وسیعی از ذی‌نفعان به اشتراک گذاشته شود تا همگی برای توسعه بیشتر گردشگری تلاش کنند (Heslinga et al, 2019). همچنین از جمله اهداف مهم برای دستیابی به توسعه پایدار تقویت و مشارکت ذی‌نفعان و ایجاد همکاری و تعاون میان آنان است (Roxas et al, 2020). یکی از موارد مهم توسعه کارآفرینی‌های گردشگری است که می‌توان با مشارکت ذی‌نفعان و همکاری آنان به شکوفایی و توسعه بیش از پیش برسد. در واقع جهت رشد کارآفرینی‌های گردشگری مشارکت ذی‌نفعان گردشگری ضروری است. ذی‌نفعان به مثابه کنشگران فعالیت گردشگری نقش قابل توجهی در گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه گردشگری از طریق مشارکت در ایجاد اشتغال، گسترش فرصت‌های شغلی متنوع، به عنوان مکملی در کنار شغل‌های سنتی و کشاورزی و سرمایه‌گذاری برای حفظ میراث طبیعی در سکونتگاه‌های حاشیه کلان شهرها دارند (Tsephe & Obono, 2013). بر همین مبنا می‌توان نقش مشارکت ذی‌نفعان جهت توسعه کارآفرینی‌های گردشگری را غیر قابل انکار و البته ضروری دانست. در این پژوهش شهر یزد به عنوان مورد مطالعه انتخاب شده است. علی‌رغم اینکه این شهر دارای عناوین جهانی‌ای نظیر "اولین شهر میراث جهانی ایران" و "شهر پایدار جهان" از طرف یونسکو و بنیاد جهانی انرژی است و ظرفیت‌های بالایی برای توسعه کارآفرینی‌های گردشگری در آن وجود دارد اما متأسفانه عدم مشارکت ذی‌نفعان گردشگری در آن مشهود است و همین امر یکی از دلایل عدم رشد و توسعه کارآفرینی‌های گردشگری در شهر یزد شده است. بر همین مبنا محقق در پی یافتن مدلی برای مشارکت ذی‌نفعان در توسعه کارآفرینی گردشگری در شهر یزد است تا با شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مشارکت ذی‌نفعان و رابطه میان آنها بتواند مدلی جهت مشارکت ذی‌نفعان گردشگری یزد جهت توسعه کارآفرینی ارائه دهد.

پیشینه پژوهش

در ادامه مطالعات مشابهی که چند سال اخیر در حوزه مشارکت ذی‌نفعان صورت گرفته است بیان شده است:

در سال ۲۰۲۳ کومرا بمانا^۱ مطالعه‌ای با موضوع «مشارکت ذی‌نفعان در توسعه گردشگری برای کاهش فقر» در اتیوپی انجام داد. او معتقد است علیرغم مشارکت متفاوت ذی‌نفعان در توسعه گردشگری، گردشگری به عنوان یک تجارت تازه و پرخطر از کسب و کار سودآور رایگان تلقی شده است. علاوه بر این، مشارکت ذی‌نفعان بیش از حد به توسعه صنعت گردشگری کمک می‌کند. اما عدم

¹ Kumera Habtamu Bekana

درک مشارکت‌های مختلف ذی‌نفعان در توسعه گردشگری مانع توسعه بخش‌ها شده است. وی برای انجام پژوهش از روش تحقیق کیفی با طرح توصیفی استفاده کرده است. جامعه پژوهش نمایندگان جامعه محلی و بخش‌های دولتی بودند. روش نمونه‌گیری هدفمند با گلوله برفی و منابع داده اولیه (مصاحبه) و ثانویه (اسناد) جمع‌آوری شد. اطلاعات جمع‌آوری شده با استفاده از تحلیل موضوعی به صورت کیفی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که؛ فهرست بخش‌های دولتی از طریق مطالعات فرهنگی، بازاریابی و تخصیص منابع و ارائه آموزش‌های ظرفیت‌سازی در توسعه گردشگری نقش دارند، در حالی که جوامع محلی از طریق ارائه اقامتگاه و همچنین خدمات برای گردشگران و کار به عنوان کارمند در دفاتر مرتبط با گردشگری مشارکت دارند. علاوه بر این، عوامل مؤثر بر مشارکت ذی‌نفعان عبارتند از: عدم آگاهی، عدم اعتماد، مسائل سیاسی و کمبود خدمات و امکانات زیربنایی. بر این اساس، محقق توصیه کرده است که ارگان‌های ذیربط باید بر موارد زیر تمرکز کنند. راه‌هایی که جوامع محلی را درگیر توسعه گردشگری و بهره‌مندی از آن می‌کند و همچنین باید مشکلاتی را که باعث می‌شود ذی‌نفعان در توسعه گردشگری منطقه مورد مطالعه دخالت نکنند، حل کند.

شفیعی و هراتی‌فر در سال ۱۳۹۸، تحقیقی با به واکاوی اثرات توانمندسازی ذی‌نفعان محلی گردشگری بر مشارکت آنان در توسعه پایدار گردشگری با نقش میانجی اثرات محیطی ادراک شده از برنامه‌ها گردشگری در بخش آسارا انجام دادند. آنها، این پژوهش را به روش توصیفی تحلیلی و با ابزار پرسشنامه متغیرهای اثرگذار و اثرپذیر را واری کرده‌اند. نتایج تحقیق حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار بین توانمندسازی ذی‌نفعان محلی با سه متغیر اثرات اقتصادی گردشگری، اجتماعی فرهنگی گردشگری، محیطی اکولوژیک توسعه گردشگری است. همچنین رابطه اثرات اجتماعی فرهنگی ادراک شده بر مشارکت در توسعه پایدار گردشگری با توجه به ضریب مسیر و مقدار t به دست آمده مورد تأیید قرار گرفته است. اما رابطه اثرات محیطی اکولوژیک و اقتصادی ادراک شده از برنامه‌ها گردشگری بر مشارکت ذی‌نفعان محلی در توسعه گردشگری تأیید نشد. به عبارتی دیگر، اجرای برنامه‌ها گردشگری در حوزه اثرات محیطی اکولوژیک و اقتصادی، به گونه‌ای نبوده که بتواند مشارکت جامعه محلی را با خود همراه سازد. همچنین نتایج نشان داد که توانمندسازی ذی‌نفعان محلی به صورت غیرمستقیم و با نقش میانجی اثرات اجتماعی فرهنگی ادراک شده از برنامه‌ها گردشگری بر مشارکت آنان در توسعه گردشگری تنها در این بعد معناداری داشته است.

مقاله‌ای با عنوان «توانمندسازی ساختاری ذی‌نفعان روستایی برای مشارکت در فراگرد کارآفرینی با نقش میانجی اثرات ادراک شده از توسعه کارآفرینی» در سال ۱۴۰۰ توسط یوسفی و شفییی ارائه شده است. در این پژوهش کمی و توصیفی تحلیلی، جمع‌آوری داده‌ها به وسیله پرسشنامه انجام شد. نتیجه‌ی پژوهش حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار بین متغیر توانمندسازی ساختاری ذی‌نفعان روستایی با سه متغیر میانجی اثرات محیطی اکولوژیک، اجتماعی فرهنگی و اقتصادی ادراک شده از توسعه کارآفرینی است. همچنین، رابطه بین توانمندسازی ساختاری ذی‌نفعان

روستایی و مشارکت آنان در فراگرد کارآفرینی با نقش میانجی اثرات اجتماعی فرهنگی و اقتصادی ادراک شده از توسعه کارآفرینی با توجه به مقدار Z به دست آمده، مورد تأیید قرار گرفت. اما رابطه بین توانمندسازی ساختاری ذی‌نفعان روستایی و مشارکت آنان در فراگرد کارآفرینی با نقش میانجی اثرات محیطی اکولوژیک ادراک شده از توسعه کارآفرینی تأیید نشد. به سخن دیگر، اجرای طرح‌ها و برنامه‌های توسعه کارآفرینی در حوزه محیطی اکولوژیک، به گونه‌ای نبوده که بتواند مشارکت ذی‌نفعان روستایی را در این زمینه با خود همراه سازد. به طور کلی، یافته‌های پژوهش نشان داد، توانمندسازی ساختاری ذی‌نفعان روستایی با نقش میانجی اثرات اجتماعی فرهنگی و اقتصادی ادراک شده از توسعه کارآفرینی بر مشارکت آنان در دو بعد اجتماعی فرهنگی و اقتصادی کارآفرینی تأثیر مثبت و معنادار داشته است.

در سال ۱۴۰۱، نروزی و همکارانش در پژوهشی با طرح پرسش اساسی الگویی برای مشارکت ذی‌نفعان در توسعه کارآفرینی دانشگاهی در ایران، به دنبال طراحی الگویی برای مشارکت ذی‌نفعان در اقدامات کارآفرینانه دانشگاه آزاد اسلامی بودند. به علت وجود طیف گسترده‌ای از متغیرهای اثرگذار و پیچیدگی‌های زمینه وقوع پدیده مورد مطالعه و ظرفیت نظریه مبنایی در اکتشاف الگوی مناسب از این روش استفاده شد. در جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته با ۱۸ نفر از افراد صاحب‌نظر در حوزه کارآفرینی دانشگاهی، مدیران و خبرگان مراکز رشد دانشگاه آزاد اسلامی و اساتید صاحب‌نظر در حوزه دانشگاه کارآفرین و اکوسیستم کارآفرینی، استفاده شد. داده‌ها با کشف رابطه مفاهیم، مقولات تحلیل شدند. نتایج نشان داد که عوامل تسهیلگر و بازدارنده آن شامل ساختار سازمانی، فرایندهای تصمیم‌گیری، شبکه‌سازی ارتباطی، جهت‌گیری مدیران و سیاستگذاران، رویکردها به تأمین مالی، فرایندهای تقسیم سهام منصفانه می‌باشد که این عوامل تعیین‌کننده فرایند مشارکت شامل شناسایی ذی‌نفعان، تجزیه و تحلیل ذی‌نفعان، اولویت‌بندی ذی‌نفعان، تعریف راهبردهای مشارکت ذی‌نفعان، پایش ذی‌نفعان هستند. در عین حال عوامل زمینه‌ای همانند بسترهای قانونی دانشگاه آزاد اسلامی، سیاست‌گذاری و قوانین حمایتی توسعه کارآفرینی در دانشگاه، بسترهای سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی، ویژگی‌های ذی‌نفعان درونی، ویژگی‌های اکوسیستم کارآفرینانه دانشگاهی، سیاست‌گذاری و مدیریت منابع مالی دانشگاه، فرهنگ کارآفرینانه در اکوسیستم کارآفرینی دانشگاه دارای قدرت تأثیرگذاری بر فرایند مشارکت ذی‌نفعان درونی می‌باشند. پیامدهای مشارکت ذی‌نفعان درونی شامل تحقق رسالت کارآفرینانه دانشگاه و توسعه اکوسیستم کارآفرینی ملی می‌باشد.

جباری و هاشمی معتقدند فعالیت‌های اقتصادی گردشگری نیازمند مشارکت بالایی از کارآفرینان پایدار است. با توجه به ظهور مفهوم کارآفرینی پایدار و الزام کارآفرینان صنعت گردشگری به سوی کارآفرینی پایدار، پژوهشی را با هدف شناسایی و دسته‌بندی ذهنیت کارآفرینان در خصوص کارآفرینی پایدار گردشگری در سال ۱۴۰۱ انجام دادند. چارچوب فلسفی این پژوهش پارادایم تفسیری - اثبات‌گرایی است. روش پژوهش، برحسب هدف، کاربردی و به‌لحاظ ماهیت اکتشافی، از نوع پژوهش آمیخته (کیفی - کمی) است. جامعه آماری پژوهش خبرگان کارآفرینی پایدار گردشگری استان همدان بودند که به‌صورت نمونه‌گیری گلوله‌برفی شناسایی شدند و از طریق مصاحبه

نیمه‌ساختارمند مبتنی بر روش کیو، داده‌های لازم گردآوری شد. با تجزیه و تحلیل داده‌ها، ۳۶ گزاره استخراج شد که با تکمیل جدول کیو به وسیله خبرگان پژوهش و تحلیل آن‌ها با روش تحلیل عاملی اکتشافی، ذهنیت افراد هر گروه شناسایی و تحلیل شد. نتایج حاصل از این پژوهش به دو الگوی ذهنی کارآفرینان در خصوص کارآفرینی پایدار گردشگری یعنی الگوی کیفیت زندگی و اشتغال پایدار و الگوی نوآوری، دانش و نگرش پایدار منجر شد. با توجه به دو الگوی ذهنی پژوهش، کارآفرینی پایدار گردشگری از طریق توانمندسازی ذی‌نفعان و ظرفیت‌سازی محیطی به منظور ایجاد اشتغال پایدار و همچنین توسعه نوآوری‌های تأثیرگذار در عرصه اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی به افزایش ثروت و رفاه در جامعه منجر می‌شود و دستیابی به توسعه پایدار گردشگری را تسهیل می‌کند.

این تحقیق بر مبنای ابعاد استخراج شده در پژوهش بهادری و همکاران (۱۴۰۱) که به اکتشاف ابعاد مشارکت ذی‌نفعان در توسعه کارآفرینی گردشگری پرداختند است. یافته‌های بهادری و همکاران نشان داد ابعاد و مؤلفه‌های کلان مشارکت مشتمل بر موارد زیر است: ابعاد روان‌شناختی (ویژگی‌های شخصیتی، نگرش فردی افراد)، اجتماعی-فرهنگی (باورها و اعتقادات، سرمایه اجتماعی، فرهنگ‌سازی، ارزش‌ها)، اقتصادی (تسهیلات اقتصادی، تعاون اقتصادی، وضعیت اقتصادی، مشارکت در اقتصاد)، نهادی-سیاسی (قوانین و مقررات، حیطه قدرت، اراده سیاسی، دیپلماسی خارجی، تشکل نهادی)، محیطی-جغرافیایی (موقعیت مکانی، کالبد محیطی، موقعیت زمانی) و تکنولوژیک (زیرساخت فناوری).

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق با استفاده از روش کمی و استراتژی پیمایشی انجام شده است. در واقع در این مقاله پژوهشگر به آزمون مدل برآمده از تحقیق بهادری و همکاران (۱۴۰۱) پرداخته است. جامعه آماری پژوهش تمام ذی‌نفعان گردشگری شناسائی شده شهر یزد می‌باشند. از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد. اندازه نمونه در نظر گرفته شده در این مرحله با استفاده از نرم‌افزار جی پاور ۱۳۸ نفر تخمین زده شده است. حداقل حجم‌نمونه برای انجام این پژوهش به گونه‌ای که با نتایج کاذب مواجه نشویم بر مبنای رویکرد مبتنی بر آزمون‌های فرض آماری، ۴۳ می‌باشد.

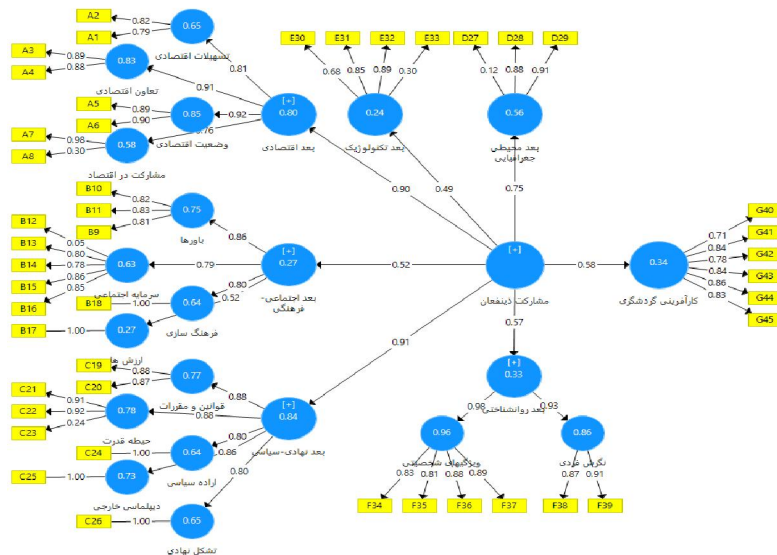
لازم به ذکر است پس از پیش پردازش داده‌ها نهایتاً تعداد پرسشنامه‌ها به ۱۱۷ کاهش یافت که بر مبنای نمونه باقی مانده از عدد ۴۳ بیشتر و قابل پذیرش است. به منظور بررسی نرمالیتیه برای طیف‌ها از آزمون کشیدگی و چولگی استفاده می‌شود که به دلیل استفاده از طیف ۵ درجه‌ای لیکرت، این آزمون برگزیده شد. مقدار چولگی مشاهدات می‌بایست در بازه‌ی (۳ و -۳) و مقدار کشیدگی در بازه‌ی (۵ و -۵) قرار گیرد که بر این مبنا نرمال بودن داده‌ها تأیید شد.

در این پژوهش با توجه به آنکه حجم‌نمونه پژوهش بزرگ نمی‌باشد و مدل پژوهش از مؤلفه‌ها و شاخص‌های متعددی برخوردار است و از نوع مرتبه‌دوم می‌باشد و همچنین برخی از متغیرهای پژوهش از نوع تک‌آیتمی بوده بدین معنا که تنها توسط یک گویه اندازه‌گیری می‌گردد، می‌بایست از نرم‌افزارهای واریانس‌محور استفاده نماید و شرایط استفاده از نرم‌افزارهای کوواریانس‌محور مهیا

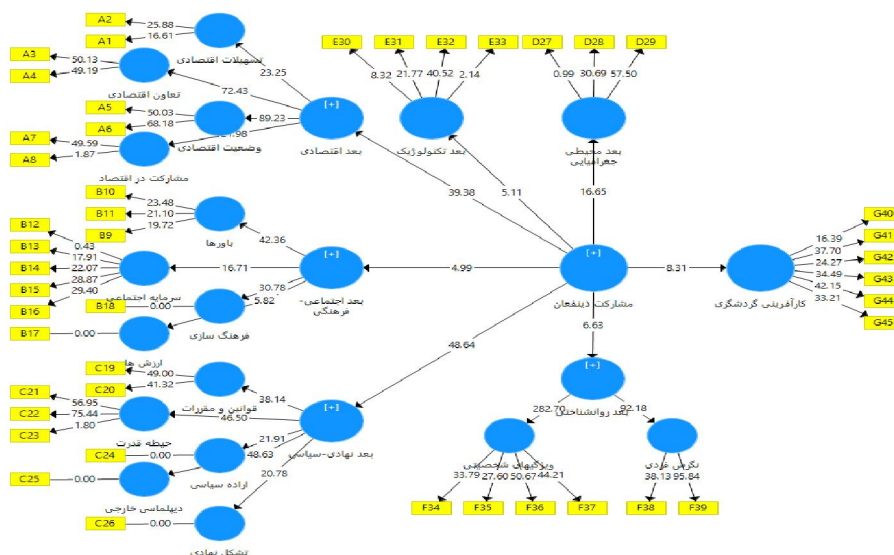
نمی‌باشد. بر همین مبنا جهت تست و تأیید مدل از نرم‌افزار اسمارت پی ال اس، و برای تأیید پایایی سؤالات مدل و مؤلفه‌های آن، از آلفای کرونباخ، قابلیت اطمینان ترکیبی و بارهای عاملی استفاده شده است. به منظور تأیید اعتبار متغیرهای مدل، از اعتبار همگرایی و کنتراست با استفاده از روش بارگذاری متقابل و روش فورنل ورکر استفاده می‌شود. در برازش معادلات ساختاری، به منظور تأیید فرضیه‌های محقق از ضرایب معنی‌داری، اندازه اثر و شاخص‌های کیفیت پیش‌بینی مدل و نیکویی برازش استفاده خواهد شد که با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS انجام شد.

یافته‌ها

یکی از سودمندی‌های PLS، ارزیابی مدل سلسله مراتبی می‌باشد (طباطبائی، مطهری‌نژاد و تیرگر، ۱۳۹۵) که در پژوهش حاضر با استفاده از این رویکرد به ارزیابی ساختاری متغیر پنهان مرتبه بالاتر پرداخته شد. قبل از وارد شدن به مرحله آزمون مدل، اطمینان یافتن از صحت مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای برونزا و درونزا ضروری می‌باشد. این کار از طریق تحلیل عاملی تأییدی صورت گرفته است. نمودار زیر مدل اندازه‌گیری پژوهش را در حالت تخمین ضرایب استاندارد نشان می‌دهد.



شکل ۱: مدل اندازه‌گیری پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد (منبع: یافته‌های تحقیق) و شکل ۲ مدل اندازه‌گیری را در حالت معناداری ضرایب نشان می‌دهند.



شکل ۲: مدل اندازه‌گیری پژوهش در حالت معناداری ضرایب (منبع: یافته‌های تحقیق)

بار عاملی استاندارد برای تک‌تک گویه‌ها هر عامل در جدول ۱ مشخص شده‌اند. شاخص ارزیابی میزان ارتباط هر سؤال به عامل زیربنایی آن، مقدار بالای ۰/۴ رابطه هر سؤال با عامل مرتبط دلالت دارد که این مقدار بار عاملی باعث معناداری هر سؤال می‌شود. بنابراین، همه گویه‌ها به‌طور معنادار به عامل زیربنایی خود مرتبط هستند و می‌توان گفت که مدل اندازه‌گیری طی ارزیابی شاخص‌های جزئی مطلوب است. اما گویه‌های (۸A، ۱۲B، ۲۳C، ۲۷D، ۳۳E) بدلیل عدم بارعاملی قابل قبول از مدل حذف گردید.

جدول ۱: بار عاملی گویه‌های پژوهش

بارعاملی	شماره گویه	مؤلفه‌ها	مقوله‌های فرعی	مقوله‌های اصلی	
۷۹/۰	۱A	تسهیلات اقتصادی	مشارکت ذی‌نفعان	مشارکت ذی‌نفعان	
۸۲/۰	۲A				
۸۹/۰	۳A	تعاون اقتصادی			
۸۸/۰	۴A				
۸۹/۰	۵A	وضعیت اقتصادی			
۹۰/۰	۶A				
۰/۱	۷A	مشارکت در اقتصاد			
۰/۳	۸A				
۸۱/۰	۹B	باورها			بعد اجتماعی - فرهنگی
۸۲/۰	۱۰B				
۸۳/۰	۱۱B				
۰/۴۳	۱۲B	سرمایه اجتماعی			
۸۰/۰	۱۳B				
۷۸/۰	۱۴B				
۸۶/۰	۱۵B				
۸۵/۰	۱۶B				

۰/۱	۱۷B	فرهنگ سازی	بعد نهادی-سیاسی	
۰/۱	۱۸B	ارزش‌ها		
۸۸/۰	۱۹C	قوانین و مقررات		
۸۷/۰	۲۰C			
۹۲/۰	۲۱C	حیطه قدرت		
۹۲/۰	۲۲C			
۰/۲۴	۲۳C			
۰/۱	۲۴C	اراده سیاسی		
۰/۱	۲۵C	دیپلماسی خارجی		
۰/۱	۲۶C	تشکل نهادی		
۰/۱۲	۲۷D		بعد محیطی- جغرافیایی	
۸۸/۰	۲۸D			
۹۱/۰	۲۹D			
۶۸/۰	۳۰E		بعد تکنولوژیک	
۸۶/۰	۳۱E			
۹۰/۰	۳۲E			
۰/۲۴	۳۳E			
۸۳/۰	۳۴F	ویژگیهای شخصیتی	بعد روانشناختی	
۸۱/۰	۳۵F			
۸۸/۰	۳۶F			
۸۹/۰	۳۷F			
۸۷/۰	۳۸F			
۹۱/۰	۳۹F	نگرش فردی		
۷۱/۰	۴۰G		کارآفرینی گردشگری	
۸۴/۰	۴۱G			
۷۸/۰	۴۲G			
۸۴/۰	۴۳G			
۸۶/۰	۴۴G			
۸۳/۰	۴۵G			

(منبع: یافته‌های تحقیق)

همان طور که در روش مدل‌سازی معادلات ساختاری مطرح است ابتدا باید پایایی و روایی مقیاس‌های انتخابی برای اندازه‌گیری متغیرهای مکنون بررسی شود. به منظور بررسی پایایی و روایی محقق جهت اطمینان بیشتر از چندین روش استفاده نموده از جمله آلفای کرونباخ که بالاتر از ۰/۷ بود؛ پایایی همبستگی اسپیرمن نیز بالاتر ۰/۷ و پایایی ترکیبی همه متغیرهای پنهان نیز دارای ضرایب قابل قبولی بودند. روایی همگرای همه متغیرهای تحقیق نیز بالای ۰/۵ بود که ضریب مطلوبی محسوب می‌شود.

در مرحله بعد با استفاده از مدل ساختاری روابط بین سازه‌ها به لحاظ علی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در واقع با در نظر گرفتن نتایج بررسی روابط بین سازه‌ها با استفاده از ضریب مربوطه می‌توان به بررسی معنی‌دار اثرات بین سازه‌های تحقیق پرداخت. به‌منظور بررسی معنی‌داری ضرایب مسیر از روش باز نمونه‌گیری^۱ در حالت ۵۰۰۰ نمونه که در روش حداقل مربعات جزئی توصیه شده (داوری و رضا زاده، ۱۳۹۳) استفاده شد. پس از بررسی وضعیت و اعتبار الگو، در این بخش با استفاده از مقایسه بارهای عاملی تک تک ابعاد هر یک از مقوله‌های اصلی الگو که از الگوی بیرونی در حالت تخمین ضرایب استاندارد قابل استخراج است ابعاد هر یک از مقوله‌ها مورد رتبه‌بندی قرار می‌گیرند. سپس به تحلیل ساختاری بررسی ساختار عاملی بین مقوله‌های فرعی (ابعاد) بر مؤلفه‌ها پرداخته شد. نتایج نشان داد ساختار عاملی بین مقوله فرعی بعد اقتصادی، با مؤلفه‌های (تسهیلات اقتصادی، تعاون اقتصادی، وضعیت اقتصادی، مشارکت در اقتصاد)، مقوله فرعی بعد اجتماعی-فرهنگی با مؤلفه‌های (باورها، سرمایه اجتماعی، فرهنگ سازی، ارزش‌ها)، مقوله فرعی بعد نهادی-سیاسی با مؤلفه‌های (قوانین و مقررات، حیطه قدرت، اراده سیاسی، دیپلماسی خارجی) و مقوله فرعی بعد روانشناختی با مؤلفه‌های (ویژگی‌های شخصیتی، نگرش فردی) روابط علی معناداری وجود دارد.

رابطه مقوله فرعی بعد اقتصادی به ترتیب با مؤلفه‌های وضعیت اقتصادی ($B=0/92$) و مشارکت در اقتصاد ($B=0/76$) به‌عنوان رتبه نخست و آخر تعلق گرفت، رابطه مقوله فرعی بعد فرهنگی-اجتماعی به ترتیب با مؤلفه‌های باورها ($B=0/86$) و ارزش‌ها ($B=0/51$) به‌عنوان رتبه نخست و آخر تعلق گرفت، رابطه مقوله فرعی بعد نهادی-سیاسی به ترتیب با مؤلفه‌های حیطه قدرت ($B=0/89$) و اراده سیاسی ($B=0/81$) به‌عنوان رتبه نخست و آخر تعلق گرفت، و رابطه مقوله فرعی بعد روانشناختی به ترتیب با مؤلفه‌های ویژگی‌های شخصیتی ($B=0/98$) و نگرش فردی ($B=0/93$) به‌عنوان رتبه نخست و آخر تعلق گرفت. لازم به ذکر است که در این جدول ارتباط علی بین سازه مرتبه دوم (بعد اقتصادی، بعد اجتماعی-فرهنگی، بعد نهادی-سیاسی، بعد روانشناختی) با مؤلفه‌های خود بررسی گردید لذا متغیرهای بعد محیطی-جغرافیایی و بعد تکنولوژیک بدلیل نداشتن مؤلفه‌های زیر مجموعه گزارش نشده‌اند.

¹ Resample

جدول ۲: رتبه‌بندی مؤلفه‌های ابعاد پژوهش (مقوله‌های فرعی)

رتبه‌بندی	سطح معناداری	ضریب تعیین	ضریب معناداری	ضریب مسیر	مؤلفه‌ها	مقوله‌های فرعی (ابعاد)
۳	۰۰/۰	۶۵/۰	۴۱/۲۴	۸۱/۰	تسهیلات اقتصادی	بعد اقتصادی
۲	۰۰/۰	۸۳/۰	۷۶/۷۳	۹۱/۰	تعاون اقتصادی	
۱	۰۰/۰	۸۵/۰	۷۳/۸۶	۹۲/۰	وضعیت اقتصادی	
۴	۰۰/۰	۵۸/۰	۷۴/۲۱	۷۶/۰	مشارکت در اقتصاد	
۱	۰۰/۰	۷۵/۰	۵۱/۴۲	۸۶/۰	باورها	بعد اجتماعی - فرهنگی
۳	۰۰/۰	۶۳/۰	۶۴/۱۵	۷۹/۰	سرمایه اجتماعی	
۲	۰۰/۰	۶۳/۰	۵۸/۳۱	۸۰/۰	فرهنگ سازی	
۴	۰۰/۰	۲۷/۰	۰۱/۶	۵۱/۰	ارزش‌ها	
۲	۰۰/۰	۷۸/۰	۸۰/۴۲	۸۸/۰	قوانین و مقررات	بعد نهادی - سیاسی
۱	۰۰/۰	۷۹/۰	۸۹/۴۸	۸۹/۰	حیطه قدرت	
۴	۰۰/۰	۶۵/۰	۰۶/۲۲	۸۱/۰	اراده سیاسی	
۳	۰۰/۰	۷۵/۰	۷۹/۴۷	۸۷/۰	دیپلماسی خارجی	
۱	۰۰/۰	۹۶/۰	۰۲/۹۵	۹۸/۰	ویژگیهای شخصیتی	بعد روانشناختی
۲	۰۰/۰	۸۶/۰	۵۴/۲۵۹	۹۳/۰	نگرش فردی	

(منبع: یافته‌های تحقیق)

تحلیل ساختاری بررسی ساختار عاملی بین مقوله‌های اصلی بر مقوله‌های فرعی (ابعاد) پرداخته شد. نتایج نشان می‌دهند ساختار عاملی بین مقوله اصلی مشارکت ذی‌نفعان، با مقوله‌های فرعی (بعد اقتصادی، بعد اجتماعی-فرهنگی بعد نهادی-سیاسی، بعد محیطی جغرافیایی، بعد تکنولوژیک، بعد روانشناختی) در روابط علی معناداری وجود دارد.

همان‌طور که مشاهده می‌شود میزان مقوله اصلی با مقوله‌های فرعی (ابعاد) گزارش شده است. رابطه مقوله اصلی مشارکت ذی‌نفعان به ترتیب با مقوله‌های فرعی بعد نهادی-سیاسی ($B=۰/۹۱$) و بعد اجتماعی-فرهنگی ($B=۰/۵۳$) به‌عنوان رتبه نخست و آخر تعلق گرفت.

جدول ۳: رتبه‌بندی ابعاد مقولات اصلی پژوهش

رتبه‌بندی	سطح معناداری	ضریب تعیین	ضریب معناداری	ضریب مسیر	مقوله‌های فرعی (ابعاد)	مقوله‌های اصلی
۲	۰۰/۰	۷۹/۰	۴۸/۳۶	۸۹/۰	بعد اقتصادی	مشارکت ذی‌نفعان
۵	۰۰/۰	۲۸/۰	۵۸/۴	۵۳/۰	بعد اجتماعی-فرهنگی	
۱	۰۰/۰	۸۲/۰	۶۰/۴۸	۹۱/۰	بعد نهادی-سیاسی	
۳	۰۰/۰	۵۴/۰	۱۲/۱۵	۷۳/۰	بعد محیطی جغرافیایی	
۶	۰۰/۰	۲۵/۰	۷۸/۴	۵۰/۰	بعد تکنولوژیک	
۴	۰۰/۰	۳۵/۰	۰۲/۷	۵۹/۰	بعد روانشناختی	

(منبع: یافته‌های تحقیق)

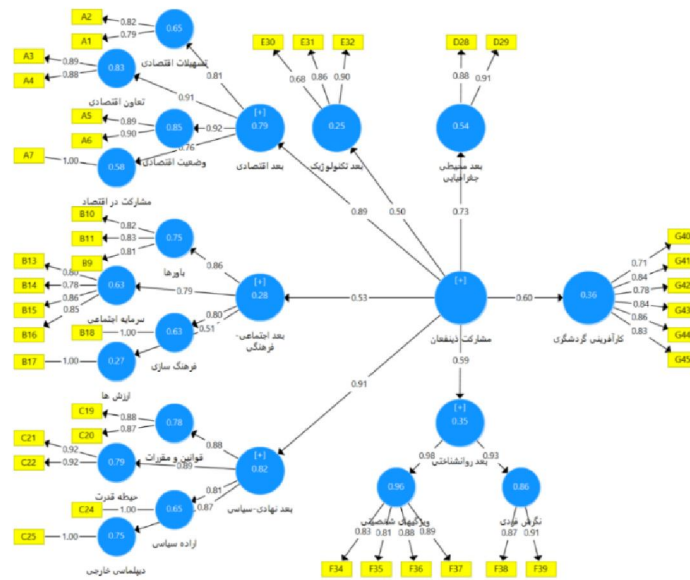
همچنین به تحلیل ساختاری اثر مشارکت ذی‌نفعان بر کارآفرینی گردشگری پرداخته شد. همان‌طور که در جدول ۴ مشخص است، اثر بازاریابی مشارکت ذی‌نفعان بر کارآفرینی گردشگری

افزایش مشارکت ذی‌نفعان منجر به افزایش کارآفرینی گردشگری می‌گردد. اثر مثبت و معنی‌داری وجود دارد بدین معنی است به ترتیب با $(p < 0/000, t = 1/97, \beta = 0/16)$

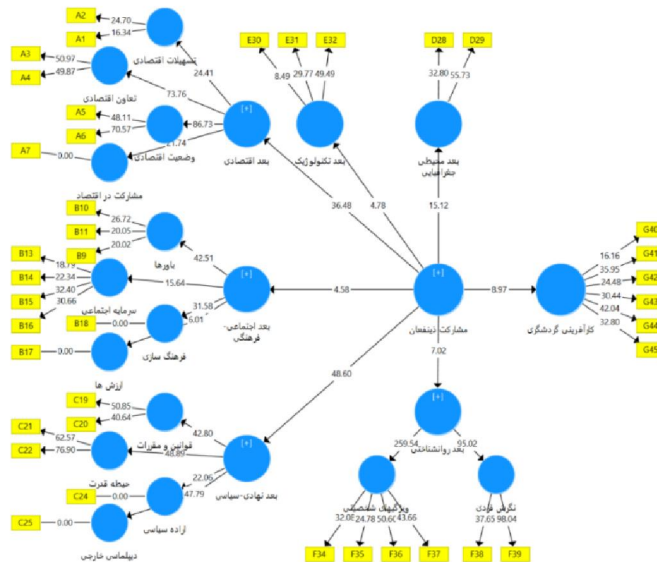
جدول ۴: ضرایب مسیر و معناداری فرضیه مشارکت ذی‌نفعان بر کارآفرینی گردشگری

فواصل اطمینان بوت استرپ	سطح معناداری	ضریب تعیین	ضریب معناداری	ضریب مسیر	فرضیه‌ها	H
۷۱/۰	۴۵/۰	۰۰/۰	۳۶/۰	۹۷/۸	مشارکت ذی‌نفعان ← کارآفرینی گردشگری	

(منبع: یافته‌های تحقیق)



شکل ۳: ضریب مسیر و ضریب تعیین مدل مشارکت ذی‌نفعان بر کارآفرینی گردشگری (منبع: یافته‌های تحقیق)



شکل ۴: ضریب معناداری مدل مشارکت ذی‌نفعان بر کارآفرینی گردشگری (منبع: یافته‌های تحقیق)

برازش کیفیت مدل پژوهش: این معیار توسط استون و گیزر (۱۹۷۵) معرفی شد قدرت پیش‌بینی شاخص‌های مربوط به سازه‌های درون زای مدل را مشخص می‌سازد. هنسلر و همکاران^۱ (۲۰۰۹) در مورد شدت قدرت پیش‌بینی مدل سه مقدار ۰,۰۲، ۰,۱۵ و ۰,۳۵ را تعیین نموده‌اند. (طباطبائی و جهانگرد، ۱۳۹۵)

معیار قدرت پیش‌بینی مدل: این معیار که توسط استون و گلیرز (۱۹۷۵) معرفی شد، قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد. به اعتقاد آنها مدل‌هایی که دارای برازش بخش ساختاری قابل قبول هستند باید قابلیت پیش‌بینی شاخص‌های مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل را داشته باشند. هنسلر و همکاران (۲۰۰۹) در مورد شدت قدرت پیش‌بینی مدل در مورد سازه‌های درون‌زا سه مقدار ۰/۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را به ترتیب از کم، متوسط و خوب تعیین نموده‌اند. با توجه به جدول زیر مقدار قدرت پیش‌بینی بدست آمده نشان می‌دهد که قدرت پیش‌بینی همه متغیرهای وابسته و درون‌زا بالای ۰/۱۵ می‌باشد که نشان از مقدار مطلوب هست. البته موارد بعد اجتماعی-فرهنگی، بعد تکنولوژیک به ترتیب با مقدار ۰/۱۲ و ۰/۱۵ می‌توان با اغماض قابل قبول دانست.

جدول ۵: معیار قدرت پیش‌بینی متغیرهای وابسته

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی (ابعاد)	مؤلفه‌ها	$-SSE/SSO, Q^2 =$
مشارکت ذی‌نفعان	بعد اقتصادی	تسهیلات اقتصادی	۴۱/۰
		تعاون اقتصادی	۶۲/۰
		وضعیت اقتصادی	۶۶/۰
		مشارکت در اقتصاد	۵۶/۰
		مجموع	۴۳/۰
	بعد اجتماعی-فرهنگی	باورها	۴۷/۰
		سرمایه اجتماعی	۴۰/۰
		فرهنگ سازی	۶۲/۰
		ارزش‌ها	۲۳/۰
	بعد نهادی-سیاسی	مجموع	۱۲/۰
		قوانین و مقررات	۵۷/۰
		حیطه قدرت	۶۴/۰
		اراده سیاسی	۶۳/۰
		دیپلماسی خارجی	۷۳/۰
	بعد محیطی جغرافیایی	مجموع	۵۰/۰
		بعد محیطی جغرافیایی	۴۱/۰
		بعد تکنولوژیک	۱۵/۰
		بعد روانشناختی	ویژگیهای شخصیتی
	نگرش فردی		۶۵/۰
مجموع	۲۲/۰		
مجموع	-	-	
کارآفرینی گردشگری		۲۲/۰	

(منبع: یافته‌های تحقیق)

¹ Henseler et al

نیکویی برازش مدل: شاخص نیکوی برازش^۱ هر دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری را مد نظر قرار می‌دهد و به عنوان معیاری برای سنجش عملکرد کلی مدل به کار می‌رود. که مقدار بدست آمده از مطلوبیت کلی مدل حکایت دارد. توسط تننهاوس و همکاران (۲۰۰۵) سه مقدار ۰,۳۶ و ۰,۲۵ و ۰,۰۱ را بعنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی نمودند که با محاسبه‌ی که از مدل انجام شد. پس از اجرای آزمون‌های مراحل اول و دوم یعنی به ترتیب آزمون‌های مراحل برازش روابط اندازه‌گیری و ساختاری الگو نوبت به آزمون مرحله سوم یعنی آزمون کلی الگو از نظر برازش روابط اندازه‌گیری و ساختاری به صورت کلی می‌رسد. برای برازش الگوی کلی، معیاری به نام GOF وجود دارد که عبارت است از جذر حاصل ضرب میانگین مقادیر اشتراکی متغیرها در میانگین مقادیر R2، سه مقدار ۰/۳۶، ۰/۰۲۵، ۰/۰۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای مقایسه استفاده می‌شوند. مقدار نیکوی برازش بدست آمده که در جدول زیر نشان داده شده‌است، از ضریب مطلوبی برخوردار است که مقادیر بدست آمده از مطلوبیت کلی مدل حکایت دارد.

جدول ۶: ضرایب تعیین و نیکویی برازش مدل

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی (ابعاد)	مؤلفه‌ها	ضریب تبیین اصلاح شده	
مشارکت ذی‌نفعان	بعد اقتصادی	تسهیلات اقتصادی	۶۵/۰	
		تعاون اقتصادی	۸۳/۰	
		وضعیت اقتصادی	۸۵/۰	
		مشارکت در اقتصاد	۵۸/۰	
		مجموع	۷۹/۰	
	بعد اجتماعی-فرهنگی	باورها	۷۴/۰	
		سرمایه اجتماعی	۶۳/۰	
		فرهنگ سازی	۶۳/۰	
		ارزش‌ها	۲۶/۰	
		مجموع	۲۸/۰	
	بعد نهادی-سیاسی	قوانین و مقررات	۷۸/۰	
		حیطه قدرت	۷۹/۰	
		اراده سیاسی	۶۵/۰	
		دیپلماسی خارجی	۷۵/۰	
		مجموع	۸۲/۰	
	بعد محیطی جغرافیایی			۵۴/۰
	بعد تکنولوژیک			۲۵/۰
	بعد روانشناختی	ویژگیهای شخصیتی		۹۶/۰
		نگرش فردی		۸۶/۰
		مجموع		۳۵/۰
مجموع			-	
کارآفرینی گردشگری			۳۶/۰	

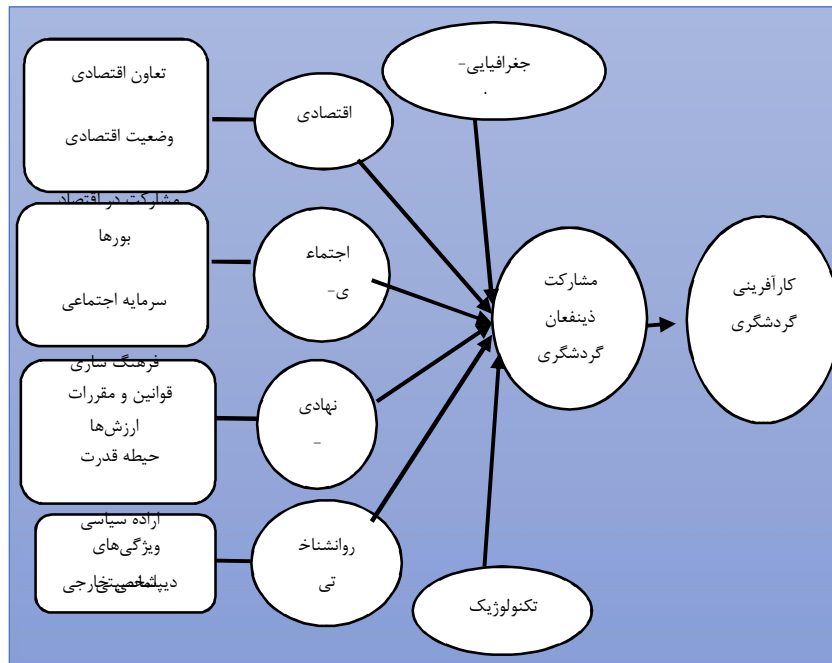
(منبع: یافته‌های تحقیق)

¹ goodness-of-fit GOF

بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق محقق به آزمون کمی مدل مشارکت ذی‌نفعان در توسعه کارآفرینی گردشگری شهر یزد که توسط بهادری و همکاران (۱۴۰۱) طراحی و به دست آمد در بین جامعه ذی‌نفعان گردشگری یزد پرداخت. بر مبنای همین مدل پرسشنامه طراحی شد و در اختیار نمونه قرار گرفت. لازم به ذکر است که محقق پس از مشورت با خبرگان بعد محیطی-جغرافیایی و تکنولوژیک را به صورت مستقیم توسط گویه‌های آن‌ها مورد اندازه‌گیری قرار داد؛ همچنین بعد محیطی-جغرافیایی نیز به دلیل آنکه تنها یک گویه برای هر سه مؤلفه موقعیت زمانی، موقعیت مکانی و کالبد محیطی شناسایی شد نیز قابلیت طرح مؤلفه‌ها در مدل کمی را نداشتند و به صورت مستقیم توسط سه گویه‌ی شناسایی شده مورد اندازه‌گیری قرار گرفت. در نهایت شش بعد به همراه ۱۵ مؤلفه وارد تست مدل شدند. در فرآیند اعتبارسنجی مدل گویه‌های A۸، B۱۲، C۲۳ و E۳۳ به دلیل بارهای عاملی غیرقابل قبول از مدل حذف شدند و سپس پایایی مدل از طریق شاخص‌های آلفای کرونباخ، همبستگی اسپیرمن و پایایی مرکب مورد سنجش قرار گرفتند که نتایج حاکی از پایایی مدل مورد سنجش بود. همچنین روایی متغیرها و گویه‌ها نیز به واسطه شاخص‌های AVE، بارهای عاملی متقابل و فورنل‌ولارکر مورد اندازه‌گیری قرار گرفتند و نتایج حاکی از آن بود که همه‌ی متغیرها و گویه‌ها از روایی برخوردارند. سپس محقق روابط میان ابعاد و مؤلفه‌های سطح یک و دو را مورد بررسی قرار داد. نتایج حاکی از آن بود که میان هر شش بعد و مؤلفه‌هایشان رابطه معناداری وجود دارد و تمامی آن‌ها تأیید گشتند. همچنین رابطه معناداری میان متغیر مشارکت ذی‌نفعان و ابعاد اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، نهادی-سیاسی، روانشناختی، محیطی-جغرافیایی و تکنولوژیک مشاهده شد که نتایج بخش کیفی را نیز تأیید نمود و تنها مؤلفه تشکل نهادی به دلیل حذف گویه C۲۳ از مدل حذف گشت. به عبارتی مدل بهادری و همکاران (۱۴۰۱) در فرآیند کدگذاری داده‌های کیفی به خوبی توانسته‌است ابعاد و مؤلفه‌های مشارکت ذی‌نفعان را شناسایی نماید. پس از تأیید ابعاد و مؤلفه‌های مشارکت ذی‌نفعان رابطه علی آن با متغیر کارآفرینی گردشگری مورد بررسی قرار گرفت و نتیجه حاکی از آن بود که متغیر مذکور با تمامی ابعاد و مؤلفه‌های شناسایی شده بر متغیر کارآفرینی گردشگری تأثیر دارد و رابطه‌ی معناداری میان آن‌ها وجود دارد. در نهایت با بررسی شاخص‌های قدرت پیش‌بینی مدل و نیکویی برازش مشخص شد که مدل پژوهش از کیفیت مطلوبی برخوردار است. متغیرهای (ابعاد مشارکت ذی‌نفعان) نهادی-سیاسی، اقتصادی، محیطی-جغرافیایی، روانشناختی، اجتماعی-فرهنگی و تکنولوژیک به ترتیب بیشترین نقش را در تبیین متغیر مشارکت ذی‌نفعان دارند. همچنین متغیرهای (مؤلفه‌ها مشارکت ذی‌نفعان) وضعیت اقتصادی و مشارکت در اقتصاد به ترتیب بیشترین و کمترین نقش را در تبیین بعد اقتصادی مشارکت ذی‌نفعان؛ و همچنین متغیرهای (مؤلفه‌ها مشارکت ذی‌نفعان) باورها و ارزش‌ها به ترتیب بیشترین و کمترین نقش را در تبیین بعد اجتماعی-فرهنگی مشارکت ذی‌نفعان؛ و همچنین متغیرهای (مؤلفه‌ها مشارکت ذی‌نفعان) حیطة قدرت و اراده سیاسی به ترتیب بیشترین و کمترین نقش را در تبیین بعد نهادی-سیاسی مشارکت ذی‌نفعان؛ و همچنین متغیرهای (مؤلفه‌ها مشارکت ذی‌نفعان) ویژگی‌های شخصیتی و نگرش

فردی نیز به ترتیب بیشترین و کمترین نقش را در تبیین بعد روانشناختی مشارکت ذی‌نفعان داشته‌اند. در نهایت نیز متغیر مشارکت ذی‌نفعان با تمامی ابعاد و مؤلفه‌ها به خوبی (ضریب تعیین $0,36$ که نشان از قوی بودن آن دارد) توانسته است متغیر کارآفرینی گردشگری را تبیین نماید. در جمع‌بندی نهایی محقق نتایج برآمده از این پژوهش را در قالب یک مدل مفهومی که در شکل ۵ ارائه شده، مطرح می‌نماید.



شکل ۵: ابعاد و مؤلفه‌های نهایی مدل مشارکت ذی‌نفعان در توسعه کارآفرینی گردشگری مستخرج از پژوهش (منبع: یافته‌های تحقیق)

منابع و مأخذ:

- ۱- بهادری، س.ر.؛ قادری، ا.؛ کروی، م.؛ حسینی، س. (۱۴۰۱). شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مشارکت ذی‌نفعان در توسعه کارآفرینی گردشگری. فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کار بین‌المللی.
- ۲- جباری، گ. و هاشمی، س. س. (۱۴۰۱). شناسایی الگوهای ذهنی کارآفرینان گردشگری نسبت به کارآفرینی پایدار گردشگری با استفاده از روش کیو (مورد مطالعه: استان همدان). فصلنامه گردشگری و توسعه. دوره ۱۱، شماره ۴ - صفحه ۱۸۵-۱۹۷
- ۳- شفیعی ثابت، ن. و هراتی فرد، س. (۱۳۹۸). توانمندسازی ذی‌نفعان محلی برای مشارکت در توسعه پایدار گردشگری با نقش میانجی اثرات ادراک شده از گردشگری. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۸(۲۹)، ۷۱-۹۰.
- ۴- طباطبائی، س.، مطهری نژاد، ح. و تیرگر، ه. (۱۳۹۵). اعتباریابی ابزار سنجش هویت معلمی پزشکان مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS). (PLS گام‌های توسعه در آموزش پزشکی (STRIDES IN DEVELOPMENT OF MEDICAL EDUCATION، ۱۳) ۶).
- ۲۹۵۷۵۹ <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=۵۶۷-۵۵۳>
- ۵- طباطبائی، س.س.، جهانگرد، ح. (۱۳۹۵). تحلیل ساختاری خودکارآمدی تصمیم‌گیری مسیرشغلی بر اطمینان تصمیم‌گیری مسیرشغلی با میانجی‌گری مهارت‌های آمادگی فرصت‌یابی حرفه‌ای. فصلنامه علمی پژوهشنامه تربیتی دانشگاه آزاد واحد بجنورد، ۱۱(۴۷)، ۸۵-۱۱۲.
- ۶- نوروزی، م.؛ موسی خانی، م و سبحانی، ع. (۱۴۰۱). طراحی الگوی مشارکت ذی‌نفعان در توسعه کارآفرینی دانشگاهی در ایران (مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی). پژوهش‌های مدیریت راهبردی، دوره ۲۸، شماره ۸۶، صفحه ۱۵۷-۱۷۳
- ۷- یوسفی، س. و شفیعی، ن. (۱۴۰۰). توانمندسازی ساختاری ذی‌نفعان روستایی برای مشارکت در فراگرد کارآفرینی با نقش میانجی اثرات ادراک شده از توسعه کارآفرینی. نشریه پژوهش‌های دانش زمین « دوره ۱۲، شماره ۴۶
- 8- Ateljevic, J. and Page, S.J. Eds. (2009). *Tourism and entrepreneurship*. Routledge.
- 9- Archie B. Carroll; Ann K. Buchholtz. (2008). *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*. Cengage Learning
- 10- Bourne, L., & Walker, D. H. (2006). Visualizing stakeholder influence—Two Australian examples. *Project Management Journal*, 37(1), 5-21.
- 11- Carroll, A.B. and Buchholtz, A.K. (2006) *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management* (6th edn). Mason: Thomson South-Western.
- 12- Charleen, T., Kumbirai, M., & Forbes, K. (2014). Collaboration and stakeholder involvement for tourism development in Zimbabwe.

- International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences, 3(1), 1-9.
- 13-Dabbles, H.(2000). Tourism & Small Enterprises & Community Development. Tourism & Sustainable Community Development. Edited | By Derek Hall & Greg Richards.
- 14-Elias, A. A., Cavana, R. Y., & Jackson, L. S. (2002). Stakeholder analysis for R&D project management. R&D Management, 32(4), 301-310.
- 15-Tenenhaus, M., Vinzi, V., Chatelin, Y., et al. (2005) PLS Path Modeling. Computational Statistics & Data Analysis, 48, 159-205. <https://doi.org/10.1016/j.csda.2004.03.005>.
- 16-Fontaine, C., Haarman, A., & Schmid, S. (2006). The stakeholder theory. *Edlays education, 1*, 1-33.
- 17-Heslinga, J., Groote, P., & Vanclay, F. (2019). Strengthening governance processes to improve benefit-sharing from tourism in protected areas by using stakeholder analysis. *Journal of Sustainable Tourism, 27*(6), 773-787.
- 18-Isenberg, D (2011) When big companies fall, entrepreneurship rises. Harvard Business Review, <http://blogs.hbr.org/2013/03/when-Big-companies-fall-entrep/>
- 19-Jafarpanah, M (2019) Entrepreneurship is the engine of development, Sharif Publications, first edition.
- 20-Kolk, A., & Pinkse, J. (2006). Stakeholder mismanagement and corporate social responsibility crises. European management journal, 24(1), 59-72.
- 21-Khattab, I., & Al-Magli, O. O. (2017). Towards an integrated model of entrepreneurship ecosystem. Journal of Business & Economic Policy, 4(4), 80-92.
- 22-Kumera Habtamu Bekana(2023). Stakeholders' involvement in Tourism Development for Poverty Alleviation: The Case of Suba Forest. Ethiopia. International Journal of Science and Qualitative Analysis. Vol. 9. No. 1, pp. 12-22. doi: 10.11648/j.ijjsqa.20230901.12
- 23-Luyet, V., Schlaepfer, R., Parlange, M. B., & Buttler, A. (2012). A framework to implement stakeholder participation in environmental projects. Journal of environmental management, 111, 213-219.

- 24-Lemmetyinen, A. & Go, F. M. (2009). The key capabilities required for managing tourism business networks. *Tourism Management*, 30(1), 31–40.
- 25-Maiden, J. A. (2008). Participation in sustainable tourism development: Stakeholders & partnership working. Cardiff University (United Kingdom).
- 26-Partridge, K., Jackson, C., Wheeler, D., & Zohar, A. (2005). The Stakeholder Engagement Manual. Volume 1: The Guide to Practitioners' Perspectives on Stakeholder Engagement. Stakeholder Research Associates Canada Inc.
- 27-Rowe, G., & Frewer, L. J. (2005). A typology of public engagement mechanisms. *Science, Technology, & Human Values*, 30(2), 251-290.
- 28-Roxas, F. M. Y., Rivera, J. P. R., & Gutierrez, E. L. M. (2020). Mapping stakeholders' roles in governing sustainable tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 387-398.
- 29-Smith, E. (2008). Certain Factors Influence Entrepreneurial Climate. MU Study Finds Fair Treatment, Local Support and High-Speed Internet Foster Success for Small Business. News Bureau, University of Missouri.
- 30-Sinclair, M. L. (2011). Developing a Model for Effective Stakeholder Engagement Management. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 12(2).
- 31-Sarmiento Barletti, J. P., & Larson, A. M. (2020). Models of participation in multi-stakeholder forums: Results of a realist synthesis review.
- 32-Stevenson, L. & Lundström, A., (2007). Dressing the emperor: the fabric of entrepreneurship policy. in D. B. Audretsch, I. Grilo, & A. R. Thurik (eds).
- 33-Handbook of Research on Entrepreneurship Policy. Cheltenham: Edward Elgar, pp.
- Tsephe, N. P. and Obono, S. E., (2013). A theoretical framework for rural tourism motivation factors. In Proceedings of World Academy of Science, Engineering and Technology (No. 73, p. 1001). World Academy of Science, Engineering and Technology (WASET)
- 34-Turner, J. R. Anbari, F. T., Bredillit, C. N., (2008). Perspectives on research in project management. In Academy of Management Proceedings (Vol. 2008, No. 1, pp. 1-6). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.

-
- 35-Yang, J., Shen, Q., & Ho, M. (2009). An overview of previous studies in stakeholder management and its implications for the construction industry. *Journal of facilities management*.
- 36-Sutterfield, J. S., Friday-Stroud, S. S., & Shivers-Blackwell, S. L. (2006). A case study of project and stakeholder management failures: lessons learned. *Project Management Journal*, 37(5), 26-35.
- 37-Walker, D. H., Bourne, L. M., & Shelley, A. (2008). Influence, stakeholder mapping and visualization. *Construction management and economics*, 26(6), 645-658.
- 38-Winans, K., Dlott, F., Harris, E., & Dlott, J. (2021). Sustainable value mapping and analysis methodology: Enabling stakeholder participation to develop localized indicators mapped to broader sustainable development goals. *Journal of Cleaner Production*, 291, 125797.