

## طراحی مدل مفهومی توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی به روش داده‌بنیاد

محمد رضا قلی‌پور

دانشجوی دکتری کارآفرینی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

محمودرضا چراغعلی<sup>۱</sup>

استادیار گروه مدیریت، دانشگاه گلستان، گرگان، ایران

هادی ثنائی پور

دکتری کارآفرینی، استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی آزادشهر، دانشگاه گنبد کاووس، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۸/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۸

### چکیده

هدف این پژوهش ارائه مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی روستاهای هدف گردشگری است. این پژوهش از لحاظ هدف بنیادی، از نظر ماهیت اکتشافی و از نظر روش گردآوری داده‌ها کیفی و با روش داده‌بنیاد انجام شده است. با بهره‌گیری از مبانی نظری، پیشینه تحقیق و مصاحبه نیمه ساختاریافته با استفاده از روش تحلیل محتوا به استخراج مفاهیم پرداخته شد. تیم مشارکت‌کننده متشکل از خبرگان دانشگاهی هستند که با روش نمونه‌برداری هدفمند به شیوه گلوله‌برفی انتخاب شدند. فرآیند جمع‌آوری داده‌ها تا جایی ادامه پیدا کرد که محقق به مرز اشباع نظری در مصاحبه پانزدهم رسید و سپس با استفاده از روش داده بنیاد به کدگذاری مفاهیم استخراج شده در سه گام اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی پرداخته شد. در نهایت با استخراج، تلفیق و ترکیب مفاهیم و دسته‌بندی در مقوله‌های بزرگتر الگوی پارادایمی پژوهش ارائه گردید. مدل پارادایمی نشان داد عوامل فردی، عوامل بازاریابی، عوامل اقتصادی، عوامل فرهنگی، عوامل محیطی و عوامل حمایتی برای توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی روستاهای هدف گردشگری، شرایط علی محسوب می‌شوند. عوامل نهادی، عوامل اجتماعی و عوامل عمومی به عنوان شرایط زمینه‌ای؛ متغیرهای مالی و نظام مدیریتی از شرایط مداخله‌گر و راهبرد برنامه‌ریزی، راهبرد اقتصادی و فرصت‌های محیطی از راهبردهای توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی روستاهای هدف گردشگری هستند. شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و راهبردها، پیامدهای مثبت شامل کارکرد اقتصادی، کارکرد اجتماعی، کارکرد ساختاری، کارکرد فرهنگی و پیامدهای منفی را در پی خواهند داشت.

واژگان کلیدی: اکوتوریسم، توسعه کارآفرینی، رفاه اجتماعی، روش داده‌بنیاد.

## مقدمه

امروزه نقش و اثرگذاری کارآفرینی بر روند رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورهای توسعه یافته و اشتغال‌زا به طور کامل آشکار شده است. کارآفرینی را می‌توان یک فرآیند پویا نامید که شامل آرمان، تحول، دگرگونی و خلاقیت می‌شود. این فرآیند به کاربرد و استفاده‌ی نیرو و انگیزه‌ی افراد در جهت خلق و اجرای ایده‌های نو و همچنین راه‌های کاربردی احتیاج دارد (Ghasemi, 2019).

کارآفرینی نیروی اصلی توسعه اقتصادی محسوب می‌شود که با استفاده از تغییر و نوآوری، رشد تولید و خدمات را ایجاد می‌کند (Jafarpanah, 2019). گردشگری یکی از بخش‌های اقتصادی است که به حد بالایی از مشارکت فعالیت‌های کارآفرینانه احتیاج دارد (Franzidis, 2019). پاسخگویی به تقاضای روزافزون و نیازهای مختلف گردشگری نیازمند تنوع خدمات و محصولات گردشگری می‌باشد (Lee & Jan, 2019).

مطالعات مختلف نشان داده است که یکی از مهمترین اهداف توسعه بخش گردشگری و نهایتاً توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال و مهمترین ساز و کار و ابزار آن، کارآفرینی است. در حقیقت ترویج کارآفرینی در گردشگری باعث کاهش بیکاری در این بخش اقتصادی و افزایش بهره‌وری افراد و منابع و بالتبع افزایش درآمد مردم جامعه می‌گردد. اگرچه نباید گفت که کارآفرینی در گردشگری، تنها راه کار اشتغال‌زایی و افزایش درآمدهای این بخش است، اما قطعاً می‌توان گفت که بهترین و بهره‌ورترین نوع آن است (Samiei & Akhondzadeh, 2013).

تحقیقات نشان می‌دهند که کارآفرینی امری آموزش‌پذیر، تقویت‌پذیر و پرورش‌پذیر است (Soenarto, et al., 2018). نخستین کشورهایی که در زمینه آموزش کارآفرینی فعالیت‌هایی را انجام دادند انگلیس، امریکا و ژاپن بودند، آموزش کارآفرینی به برنامه‌هایی اشاره دارد که دانش و آگاهی‌های مربوط به کارآفرینی را برای اهداف شغلی ارتقا بخشد و مهارت‌هایی را فراهم کند تا افراد بتوانند با اعتماد به نفس و آگاه به فرصت‌ها، توانایی راه‌اندازی کسب و کاری جدید را به دست آورند (Davari et al., 2016).

به طور کلی آموزش کارآفرینی فرآیندی نظام‌مند، آگاهانه و هدف‌گراست که طی آن افراد غیرکارآفرین ولی دارای توان بالقوه به صورتی خلاق تربیت می‌شوند (Akbari et al., 2014). بررسی‌های انجام شده بر روی مطالعات تجربی حاکی از آن است که مقوله‌ی کارآفرینی را می‌توان آموزش یا حداقل از این طریق، آن را توسعه بیشتری داد (Arasti et al., 2014).

کارآفرینی اکوتوریسم نیز، نیازمند عوامل بسترساز و فراهم بودن شرایط محیطی برای شکل‌گیری و تحقق است و توسعه کارآفرینی اکوتوریستی یعنی مجموعه‌ای از عوامل و شرایط زمینه‌ای، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و شیوه‌های رفتاری منطبق با اصول کارآفرینی، اکوتوریسم و توسعه‌ی پایدار که با ایجاد سازوکارهای حمایتی، شیوه‌های تشویقی و تولیدی جدید منجر به افزایش فرصت‌های کارآفرینی، علاقه، انگیزه و مهارت‌های کارآفرینانه و سازگار با حفظ محیط‌زیست و نیازهای ذینفعان در حوزه‌ی اکوتوریسم می‌شود (Sojasi et al., 2013). با ورود جامعه‌شناسان به عرصه مطالعات و تحقیقات پیرامون کارآفرینی و کارآفرینان، ضرورت کارآفرینی در بخش‌های

مختلف به ویژه آموزش کارآفرینی بیش از پیش مشهود گردیده و همین امر موجب افزایش تلاش‌ها برای توسعه کارآفرینی در زمینه گردشگری و آموزش آن در دو دهه گذشته شده است (Samiei & Akhondzadeh, 2013). توسعه تفکر کارآفرینی در راستای بهره‌گیری از مزایا الگوی مطلوبی برای منطقه محسوب می‌شود که خود تحت تأثیر عوامل مختلفی می‌تواند قرار بگیرد. شهرستان علی آبادکتول که در استان گلستان قرار دارد با برخورداری از ظرفیت‌های موجود در زمینه گردشگری به خصوص در زمینه اکوتوریسم در سال‌های اخیر مورد توجه گردشگران و نیز سرمایه‌گذاران بخش خصوصی قرار گرفته است.

در نهایت به نظر می‌رسد با توجه به جایگاه کارآفرینی، اجرای تحقیق کارآفرینی و شناسایی عوامل کارآفرینی به منظور توسعه اکوتوریسم در منطقه موردنظر ضرورتی اجتناب ناپذیر است. با توجه به توضیحات مطرح شده و اهمیت مقوله توسعه کارآفرینی اکوتوریسم سوال اصلی تحقیق بدین شکل مطرح می‌گردد که مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی روستاهای هدف گردشگری چگونه است؟

این پژوهش از لحاظ هدف جزء پژوهش‌های بنیادی و از نظر نحوه به دست آوردن داده‌ها، کیفی، از نوع نظریه داده بنیاد است. به همین دلیل به دنبال پاسخ گویی به این پرسش هستیم که مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی چگونه است؟ تیم مشارکت‌کننده شامل خبرگان دانشگاهی متشکل از اعضای هیأت علمی هستند که براساس معیارهای سابقه اجرایی، تجربه کافی و زمینه پژوهشی انتخاب شده‌اند.

ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه ساختار یافته با ۱۵ نفر از خبرگان بود که با روش نمونه‌گیری هدفمند انجام شد. کفایت نمونه‌گیری طبق قاعده اشباع نظری مشخص شد. برای حصول اطمینان از روایی ابزار پژوهش، اقدامات زیر انجام شد: تطبیق توسط مشارکت‌کنندگان، بررسی همکار و مشارکتی بودن پژوهش. برای تعیین پایایی، نتایج توسط چندین متخصص مرتبط با موضوع پژوهش مورد ارزیابی و طبقه بندی قرار گرفت. همچنین تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی و به کمک نرم افزار NVivo انجام شد.

### رویکردهای نظری و مفهومی تحقیق

در دهه‌های پایانی قرن بیستم با گذر از اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی و تحولات عظیمی که در تکنولوژی‌های نوین ایجاد شد، جامعه عصر صنعتی به تدریج جای خود را به جامعه اطلاعاتی تفویض نمود. با توجه به دگرگونی‌های وسیعی که در عصر اطلاعات اتفاق افتاد از بین سه انقلاب دیجیتالی، اینترنتی و کارآفرینی، انقلاب کارآفرینی نقش به‌سزایی در توسعه و رشد کشورهای توسعه یافته داشته است، و پیشرفت بسیاری از کشورها مرهون کارآفرینان و فعالیت‌های کارآفرینانه است.

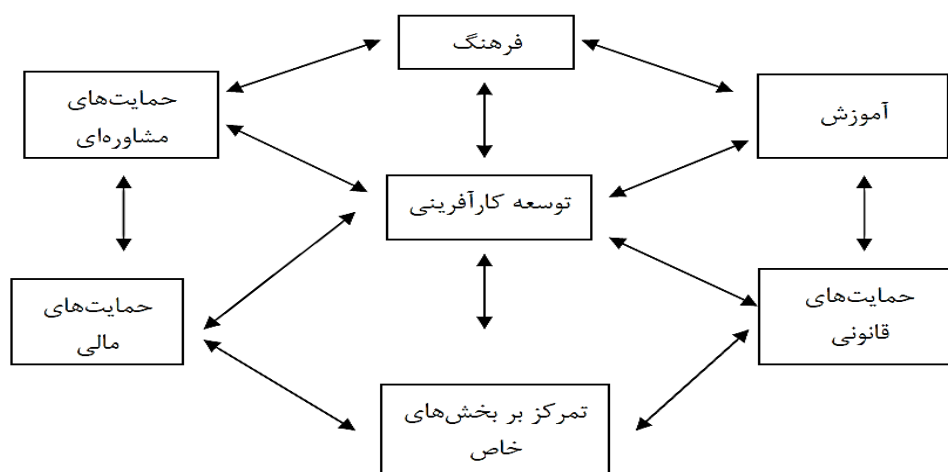
کارآفرینی به عنوان ابزار اصلی و موتور رشد و توسعه اقتصادی شناخته می‌شود (Sergey et al., 2008).

لذا در این سیر تغییرات سریع و شتابان، تنها افراد و کشورهایی موفق خواهند بود که در این فضای مملو از تقاضا و خواسته‌های جدید، بتوانند کسب و کارهای مناسب را درک و به منصفه ظهور برسانند، به عبارت دیگر به توسعه کارآفرینی بپردازند (Porter, 2014).

در دنیای امروز کارآفرینی تبدیل به یک سیاست کلیدی شده است. توسعه کارآفرینی فرآیندی پیچیده، بلند مدت و فراگیر است که البته نقش به‌سزایی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها دارد، به طوری که امروزه کارآفرینی به راهبردیترین و مهم‌ترین ابزار اقتصادی جوامع پیشرفته تبدیل شده است. در واقع رشد و توسعه اقتصادی کشورها مرهون کارآفرینان و فعالیتهای کارآفرینانه است. از این رو لازمه دستیابی به توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها، توسعه کارآفرینی است (Zali & Razavi, 2015).

توسعه و ترویج کارآفرینی یکی از نیازهای جدی اقتصاد ایران است. در شرایطی که کاهش سرمایه‌گذاری در اقتصاد کشور از یک سو، بهره‌وری پایین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمانهای دولتی و وابسته به دولت از سوی دیگر و اضافه شدن خیل تازه واردان به عرصه کار به موارد اخیر، بیکاری را به معضل بزرگ اقتصادی و اجتماعی این زمان بدل کرده است، از آنجایی که کارآفرینی به عنوان راه چاره و علاج معضل بیکاری مطرح بوده و خود اشتغالی به عنوان برجسته‌ترین دستاورد کارآفرینی مطرح است. به نظر می‌رسد که توسعه کارآفرینی و ترویج فرهنگ کارآفرینی در کشور یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است (Bjuggren et al., 2010).

توسعه کارآفرینی در جامعه معلول عوامل مختلفی است و در امر توسعه کارآفرینی نمی‌توان کلیت فرآیند را مد نظر قرار داد بلکه منشأ آن در تک تک فعالیت‌هایی است که در طول این فرآیند انجام می‌شود و لذا جهت تدوین نقشه راه و سیاستگذاری، شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی و نحوه تعامل آنها با یکدیگر ضروری می‌باشد. در این زمینه تحقیقات چندی انجام شده است که از جمله آنها مطالعه‌ای تحت عنوان "بررسی سیاستها و استراتژیهای توسعه کارآفرینی با توجه به شرایط خاص کشور" می‌باشد. در این تحقیق ابعاد راهکار توسعه کارآفرینی در کشور به شکل زیر بیان شده است:



شکل ۱. راهکارهای توسعه کارآفرینی (Source: Zali, 2015)

همچنین دیده‌بان جهانی کارآفرین، عوامل و شرایط مؤثر در توسعه کارآفرینی که به ایجاد کسب و کارهای جدید کمک می‌کند را به این ترتیب معرفی می‌نماید: پشتیبان ملی، سیاست‌های دولت، برنامه‌های دولت، آموزش و تربیت، انتقال تحقیق و توسعه، زیر ساخت‌های تجاری و حرفه‌ای، باز بودن (یا موانع ورود) بازار، دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی، هنجارهای فرهنگی و اجتماعی (Zali, 2015).

واژه اکوتوریسم ریشه یونانی دارد که به معنی خانه و کوتاه شده اصطلاح گردشگری اکولوژیکی می‌باشد و پدیده‌های نسبتاً تازه در صنعت گردشگری است که تنها بخشی از کل صنعت گردشگری را تشکیل می‌دهد. این شکل از گردشگری فعالیت‌های فراغتی انسان را اغلب در طبیعت امکان‌پذیر می‌سازد و مبتنی بر مسافرت‌های هدفمند همراه با برداشت‌های معنوی، دیدار از جاذبه‌های طبیعی و مطالعه‌ی آن‌ها و بهره‌گیری و لذت‌جویی از پدیده‌های متنوع طبیعت است و بر حفاظت از ارزش‌ها و جاذبه‌های طبیعی تکیه دارد. انجمن اکوتوریسم که اکنون به عنوان انجمن بین‌المللی شناخته می‌شود اکوتوریسم را چنین تعریف می‌کند «اکوتوریسم سفری مسؤلانه به مناطق طبیعی است که در آن محیط زیست حفظ و بر رفاه مردم محلی تأکید شود» (Situmorang and Mirzanti, 2012).

اکوتوریسم عبارت است از سفر هدف‌دار به طبیعت برای شناخت تاریخ طبیعی و فرهنگی محیط یا پرهیز از ایجاد تغییر در اکوسیستمها و تخریب محیط زیست و ایجاد فعالیت‌های اقتصادی که منجر به بهره‌برداری صحیح از منابع محیط زیستی و اشتغال‌زایی برای اهالی بومی شود (Niknejad, 2013).

کمپل<sup>۱</sup> (۱۹۹۹) بیان می‌کند که طبیعت‌گردی به توسعه مشاغل کوچک بومی کمک می‌کند، درآمد اقتصادی را افزایش می‌دهد، افراد منطقه را به تداوم شیوه زندگی سنتی و فرهنگ بومی تشویق می‌کند و در نهایت به ارزشهای جامعه احترام می‌گذارد. در اکوتوریسم هر سه عنصر طبیعت، آموزش، مدیریت پایدار باید به یک اندازه در نظر گرفته شوند اما بر جنبه‌های اقتصاد اکوتوریسم کمتر تأکید می‌شود. بنابراین سطح بالایی از فواید آموزش، حفاظتی، اجتماعی و فرهنگی و سطح پایینی از دستیافت‌های اقتصادی را برای رسیدن به هدف غائی ایجاد می‌کند (Abdullahi, 2007).

کارآفرینی گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین صنایع در حال رشد در جهان است. در سال ۲۰۱۴، تقریباً ۹ درصد به کل تولید ناخالص داخلی در دنیا کمک کرده و علاوه بر این، برآورد شده است که گردشگران بین‌المللی سراسر جهان، بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۳۰، به میزان ۳/۳ درصد در هر سال افزایش خواهند یافت تا به حدود یک میلیارد و هشتصد میلیون نفر برسد (UNWTO<sup>۲</sup>, 2015). در کشور ایران، توجه بیشتر دولت و مسؤلان کشور به بخش گردشگری و سرمایه‌گذاری‌های لازم دولتی و خصوصی در جهت توسعه این صنعت، می‌تواند از طریق ایجاد اشتغال، کسب درآمد و تقویت زیرساخت‌ها بر جوانب مختلف زندگی مردم تأثیر گذاشته و موجب کاهش فقر و نابرابری و بهبود توزیع درآمد در کشور شود (Rezaghilizadeh, 2015).

علی‌رغم نگاه ویژه دولت‌ها در ادوار مختلف به بسترهای توسعه‌ای استان سیستان و بلوچستان، متأسفانه به دلیل انباشت مسائل و چالش‌ها، روند بهبود شاخص‌های توسعه به کندی و با شتاب اندکی انجام می‌شود. از سویی در رویکردهای نوین توسعه‌ای، دیدگاه اجتماع محور جایگاه ویژه‌ای به خود اختصاص داده و بسیاری از نظریه پردازان اذعان کرده‌اند که بدون همراهی، مداخله و مشارکت جوامع محلی، طرح‌ها و پروژه‌ها با ناکامی مواجه خواهند شد.

در سال‌های اخیر برای ارتقای شاخص‌های توسعه به ویژه در مناطق روستایی، تمرکز بر طرح‌های گردشگری کارآفرینانه مورد توجه فزاینده‌ای قرار گرفته است. استان سیستان و بلوچستان و به ویژه مناطق روستایی آن، برخلاف تصور عامیانه‌ای

<sup>۱</sup> Campbell

<sup>۲</sup> - World Tourism Organization

که از آن وجود دارد سرشار از توانایی‌ها و مزیت‌های متعدد برای اجرا و بهره‌برداری از طرح‌های کارآفرینانه گردشگری است.

این مزیت‌ها در سه حوزه اساسی شامل: طبیعت، هنر و صنایع دستی و نیز آداب و رسوم و فرهنگ‌های محلی، توانایی‌های بی‌شماری به منظور سرمایه‌گذاری در حوزه اکوتوریسم استان دارد. بررسی آمارهای رسمی، مبین تمایل ساکنان جوامع روستایی برای ورود به حوزه کارآفرینی گردشگری و بهره‌برداری از این توانایی‌ها است. کما اینکه تا پایان نیمه اول سال ۱۳۹۶، تعداد ۷۲ متقاضی ایجاد و تبدیل اقامتگاه به واحد بوم‌گردی در مناطق روستایی استان به معاونت گردشگری مراجعه که از این تعداد، ۱۴ واحد، موفق به دریافت پروانه بهره‌برداری و مجوز فعالیت شده‌اند. رشد قابل قبول مجتمع‌های بوم‌گردی و کارآفرینی گردشگری روستایی در استان، اهمیت آسیب‌شناسی وضع موجود و برنامه‌ریزی برای آینده را دو چندان می‌کند. نظر به اینکه برای اجرای موفق برنامه‌های اجتماع محور، وجود پیش‌زمینه‌های قبلی و آمادگی نسبی در ساکنان ضرورت دارد، ارتقای توانمندی ذی‌نفعان، برای همراهی با پروژه‌ها اجتناب‌ناپذیر است (Moradzadeh, 2018).

اکوتوریسم کارآفرینانه<sup>۱</sup> نوعی گردشگری بوده و هدف آن ایجاد مزایا برای افراد ساکن در روستاهاست. به عنوان مثال، امکان دارد روستاییان از گردشگران میزبانی کنند، طرح‌ها را خود مدیریت کرده و منافع را به اشتراک بگذارند. بنابراین، همه پروژه‌های گردشگری جامعه محور باید مردم محلی را هم در مزایای طرح و هم تصمیم‌گیری راجع به اداره آن، به طور منصفانه مشارکت دهند. این نوع گردشگری، برای گردشگران این امکان را فراهم می‌کند تا زیست‌گاه‌های محلی و حیات وحش را کشف کرده و فرهنگ‌های سنتی و آیین‌های محلی را مورد تمجید و احترام قرار دهند. جوامع محلی نیز با آگاهی نسبت به ارزش‌های تجاری و اجتماعی میراث طبیعی و فرهنگی خود، در حفاظت از این منابع، تقویت خواهند شد (Haring and Claudio, 2014).

ضمن اینکه با این رویکرد، اعضای جامعه محلی، برای مشارکت در برنامه‌ریزی، مدیریت و بهره‌برداری از منافع فردی و جمعی گردشگری، فرصت‌هایی به دست خواهند آورد. چرا که اساساً توسعه اکوتوریسم جامعه محور با این دیدگاه که رشد مناسب آن باید با مشارکت جامعه و ذی‌نفعان همراه باشد، هماهنگ است (Yang et al., 2013).

گفتمان دولتی کارآفرینی که ماحصل ورود دولت به مبحث کارآفرینی است، ویژگی‌ها و تأثیرات زیر را دارد: تک وجهی بودن و تأثیر پذیری شدید از نظریه نوسازی با تکیه بر افزایش عملکرد، اقتصادی بودن که رفتار کارآفرینانه را از تشخیص فرصت به سوی رقابت بر سر توزیع فرصت سوق می‌دهد، مبتنی بودن بر دو گانه انگاری قدیمی همچون شهر/روستا به نحوی که فقط بر تولید روستایی به ویژه برای مصرف‌کننده شهری تمرکز دارد و هیچ گونه روشی در زمینه توسعه روستایی کارآفرینانه در شهرک‌های اقماری شهری، کشاورزی شهری، کشاورزی‌های اجتماع محور، کشاورزی فرامرزی و ... ندارد (Shahraki et al., 2015). بر این اساس، نیاز است برای ترویج و توسعه اکوتوریسم کارآفرینانه در مناطق

<sup>1</sup> - Entrepreneurial Ecotourism

روستایی، در کنار سیاست‌های دولت محور، رویکردهای مبتنی بر توانمندسازی جوامع محلی، نقش پر رنگ‌تری داشته باشد.

### یافته‌های تحقیق

ویژگی‌های جمعیت شناختی شرکت‌کنندگان به این شرح است: ۷۳ درصد مرد و ۲۷ درصد زن، ۶۷ درصد دارای مدرک دکترا و ۳۳ درصد کارشناسی ارشد دارند. در این پژوهش، ۶ سؤال مرتبط با موضوع کارآفرینی اکوتوریسم به تأیید خبرگان این حوزه رسید. پرسش اصلی این است که «مدل کارآفرینی اکوتوریسم چگونه است؟»

در پی آن، ابتدا کدگذاری باز و سپس دو مرحله کدگذاری محوری و انتخابی به انجام رسید. حین انجام مصاحبه، کلیه شرح نظرات مصاحبه شونده‌گان ضبط و نگهداری شده و نظرات آنان به همراه مشاهدات پژوهشگران و برداشت آنها، به متن تبدیل شد. در مرحله نخست کدگذاری (کدگذاری باز)، کدهای مقدماتی شناسایی شد که پس از پالایش و ادغام، کدهای مشابه و یکسان حذف شدند.

سپس از کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی (برقراری ارتباط بین مقوله محوری و سایر مقوله‌ها و اصلاح آنها) استفاده شده است. با هدف پاسخ به پرسش اصلی تحقیق، اقدام به نظریه پردازی با کمک گراند تئوری شد و علل اثرگذار، پدیده اصلی، شرایط مداخله گر، شرایط زمینه‌ای، راهبردها و نتایج این پدیده تعیین و به صورت نظام مند در قالب یک تئوری ارائه گردید. در ادامه کدهای نهائی، مفاهیم و مقوله‌های کلی اکتشاف شده از مصاحبه‌ها و همچنین مدل پارادایمی بصورت ذیل مشخص می‌گردد.

جدول ۱: مقوله‌های استخراج شده

| طبقه            | مقوله | مفهوم   |
|-----------------|-------|---|
| عوامل فردی      |       | افزایش دانش بومی                                      |
|                 |       | لذت بردن از ریسک مالی و شخصی                          |
|                 |       | تمایل به مواجه شدن با چالش و سختی                     |
|                 |       | ایجاد و داشتن ایده‌های نو و بدیع                      |
| عوامل بازاریابی |       | میزان دانش استفاده از فناوری                          |
|                 |       | بالا بردن سطح آگاهی از سفر و گردشگری از طریق آموزش    |
|                 |       | استفاده از تمامی بسترهای تبلیغاتی در زمینه اکوتوریسم  |
|                 |       | سرمایه گذاری در زمینه تبلیغات برای اکوتوریسم          |
| شرایط علی       |       | تعریف منافع و تسهیم آن بین ذینفعات                    |
|                 |       | مهیا بودن محصول گردشگری                               |
|                 |       | بازاریابی گردشگری                                     |
|                 |       | تدوین تاریخچه حداقل ۳۰۰ ساله برای روستاهای هدف        |
| عوامل اقتصادی   |       | معرفی جاذبه‌های طبیعی                                 |
|                 |       | توسعه اقتصادی و بهبود شرایط زیست محیطی                |
|                 |       | ارتقا سطح درآمد جوامع محلی                            |
|                 |       | مشارکت جوامع محلی                                     |
| عوامل فرهنگی    |       | میزان سرمایه‌گذاری بخش خصوصی                          |
|                 |       | شناسایی افراد توانمند در روستاها برای توسعه اکوتوریسم |
|                 |       | آداب و سنن در روستا                                   |
|                 |       | میراث فرهنگی  |
|                 |       | صنایع دستی  |

|  |  |                       |  |
|--|--|-----------------------|--|
|  |  |                       | توجه به قدمت و اهمیت دادن به نوع تفکر افراد روستاها                |
|  |  |                       | جشنواره‌های موسیقی   |
|  |  |                       | فرهنگ سازی برای پذیرش گردشگران و مسافران                           |
|  |  |                       | بازی‌های بومی و محلی، غذاها  |
|  |  |                       | بهداشت   |
|  |  | عوامل محیطی           | سیما و منظر روستا  |
|  |  |                       | حمایت و تقویت محیط زیست بومی                                       |
|  |  |                       | حفظ شرایط بومی روستاهای هدف گردشگری                                |
|  |  | عوامل حمایتی          | حمایت مالی دولت  |
|  |  |                       | همکاری نهادهای دولتی   |
|  |  |                       | مشوق‌های سرمایه‌گذاری  |
|  |  |                       | تأمین امنیت مسافران و گردشگران                                     |
|  |  |                       | امنیت اجتماعی، اقتصادی و رفاهی                                     |
|  |  |                       | تأمین رفاه اجتماعی با مشارکت و پایداری منابع طبیعی                 |
|  |  | بُعد اجتماعی - فرهنگی | انتقال قومیت‌ها  |
|  |  |                       | آداب و رسوم و سنن  |
|  |  |                       | آگاهی فرهنگی   |
|  |  |                       | آموزش عمومی  |
|  |  |                       | اتحاد و همدلی  |
|  |  |                       | تمایل داشتن به رعایت اصول فرهنگی توسط گردشگران                     |
|  |  |                       | تبلیغات  |
|  |  |                       | خرید محصولات محلی  |
|  |  |                       | توسعه صنایع دستی و بومی و محلی                                     |
|  |  | بُعد بازاریابی        | تمایل داشتن به فعالیت در بخش گردشگری                               |
|  |  |                       | حمایت تبلیغات  |
|  |  |                       | جاذبه‌های فرهنگی و محیطی   |
|  |  |                       | تمایل داشتن به فعالیت‌های گردشگری                                  |
|  |  |                       | تمایل داشتن به مشارکت با سایر کارآفرینان                           |
|  |  |                       | امنیت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی                                       |
|  |  | بُعد اقتصادی          | درآمدزایی برای بخش روستا   |
|  |  |                       | استقلال مالی   |
|  |  |                       | امنیت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی                                       |
|  |  | بُعد امنیتی           | امنیت گردشگران داخلی و خارجی                                       |
|  |  |                       | ارتقاء دانش و مهارت نیروهای انسانی و پرسنل                         |
|  |  |                       | مشوق‌های مالیاتی   |
|  |  |                       | فرآیندهای سرمایه‌گذاری در روستاهای هدف گردشگری                     |
|  |  |                       | عدم آگاهی روستائیان از درآمد اقتصادی                               |
|  |  | متغیرهای مالی         | افزایش هزینه‌های انرژی   |
|  |  |                       | افراد متخصص و متمکن علاقه‌مند به حفظ محیط‌زیست                     |
|  |  | شرایط مداخله          | اخذ مالیات و بیمه‌های سنگین بخش خصوصی و دولتی                      |
|  |  |                       | وجود سازمان‌های مرتبط نظیر استانداری و دستگاه‌های صادر کننده       |
|  |  |                       | همکاری صدا و سیما  |
|  |  | نظام مدیریتی          | همکاری رسانه‌های عمومی و مطبوعات                                   |
|  |  |                       | همکاری دفاتر خدمات گردشگری   |
|  |  |                       | همکاری دستگاه‌های مرتبط نظیر بخش‌داری - فرمانداری، دهیاری و شوراها |
|  |  | عوامل نهادی           | ساخت و توسعه بافت‌های قدیمی و سنتی                                 |
|  |  | شرایطه زمینه‌ای       |  |



|                    |  |            |                |
|--------------------|--|------------|----------------|
|                    | زیباسازی ساختمان‌ها و معابر مطابق با فرهنگ و آداب و رسوم منطقه                 |            |                |
|                    | حفظ محیط‌زیست و محیطی شاداب و امن برای گردشگران                                |            |                |
|                    | قوانین و مقررات در حوزه اجتماعی  |            |                |
|                    | همکاری سازمان‌های دولتی و خصوصی با متولیان گردشگری                             |            |                |
|                    | مدیریت مشارکتی   |            |                |
|                    | عوامل سیاسی  |            |                |
| عوامل اجتماعی      | ارایه غذاهای سنتی و محلی با توجه به موقعیت هر مکان گردشگری                     |            |                |
|                    | برنامه‌های ترویجی با محتوای مناسب هر منطقه                                     |            |                |
|                    | انتخاب ویژگی‌های منحصر به فرد منطقه  |            |                |
|                    | توجه به ذوق و سلیقه مسافران و گردشگران   |            |                |
|                    | عوامل ذهنی و اجتماعی   |            |                |
| عوامل عمومی        | وجود زیرساخت‌های لازم مانند آب - برق - راه جاده - اینترنت                      |            |                |
|                    | استفاده از ظرفیت تولیدات محلی و بومی منطقه                                     |            |                |
|                    | بیمه اجتماعی   |            |                |
|                    | آشنایی گردشگر با مراسمات، آیین‌ها و موسیقی‌های محلی و سنتی                     |            |                |
|                    | بهبود کیفیت خدمات  |            |                |
|                    | زیرساخت‌های اقتصادی مستقر شده در روستاهای هدف گردشگری                          |            |                |
| راهبرد برنامه‌ریزی | توجه به گردشگری داخلی و بین‌المللی   |            |                |
|                    | تسهیل فرآیند اخذ مجوز  |            |                |
|                    | تشویق و حمایت از ایجاد و تهیه بسته‌های آموزشی                                  |            |                |
|                    | برقراری امنیت اجتماعی در مناطق هدف با مشارکت جوامع علمی                        |            |                |
|                    | ارتقاء فرهنگ محیط‌زیستی روستا  |            |                |
|                    | تصمیم‌سازی و برنامه‌ریزی بهینه نسبت به موضوع اکوتوریسم                         |            |                |
|                    | برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی  |            |                |
|                    | تبلیغات هدفمند   |            |                |
|                    | اخذ هزینه‌های پرداختی اکوتوریستی   |            |                |
|                    | تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاری خصوصی برای ایجاد و توسعه امکانات گردشگری روستایی |            |                |
| راهبرد اقتصادی     | تشویق به حمایت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی  |            |                |
|                    | ارایه بسته‌های پیشنهادی با تسهیلات کم بهره                                     |            |                |
|                    | تخصیص تسهیلات مالی   |            |                |
| فرصت‌های محیطی     | ایجاد اشتغال پایدار از طریق حمایت از صنعت گردشگری                              |            |                |
|                    | ایجاد دانش کسب و کارهای محلی   |            |                |
|                    | ایجاد بنگاه‌های گردشگری رفاه اجتماعی   |            |                |
|                    | توسعه زیرساخت‌های مورد نیاز با توجه به مقیاس منطقه هدف گردشگری                 |            |                |
|                    | ایجاد فضای نشاط و امید بین جامعه از طریق تسهیل در امور گردشگری                 |            |                |
|                    | توسعه زیرساخت برای هر بخش مجزا و هدف گذاری                                     |            |                |
|                    | سازماندهی مناسب امکانات  |            |                |
|                    | افزایش درآمد ملی با حمایت از بخش اکوتوریسم و گردشگری                           |            |                |
|                    | جایگزینی درآمدها   |            |                |
|                    | افزایش درآمد ملی   |            |                |
|                    | رونق اقتصادی   |            |                |
| پیامدها            | ایجاد درآمد پایدار   | پیامد مثبت | کارکرد اقتصادی |
|                    | پویایی چرخه اقتصاد روستا   |            |                |
|                    | افزایش تولید و فروش محصولات صنایع دستی   |            |                |
|                    | بهبود فضای کسب و کار در روستای هدف   |            |                |

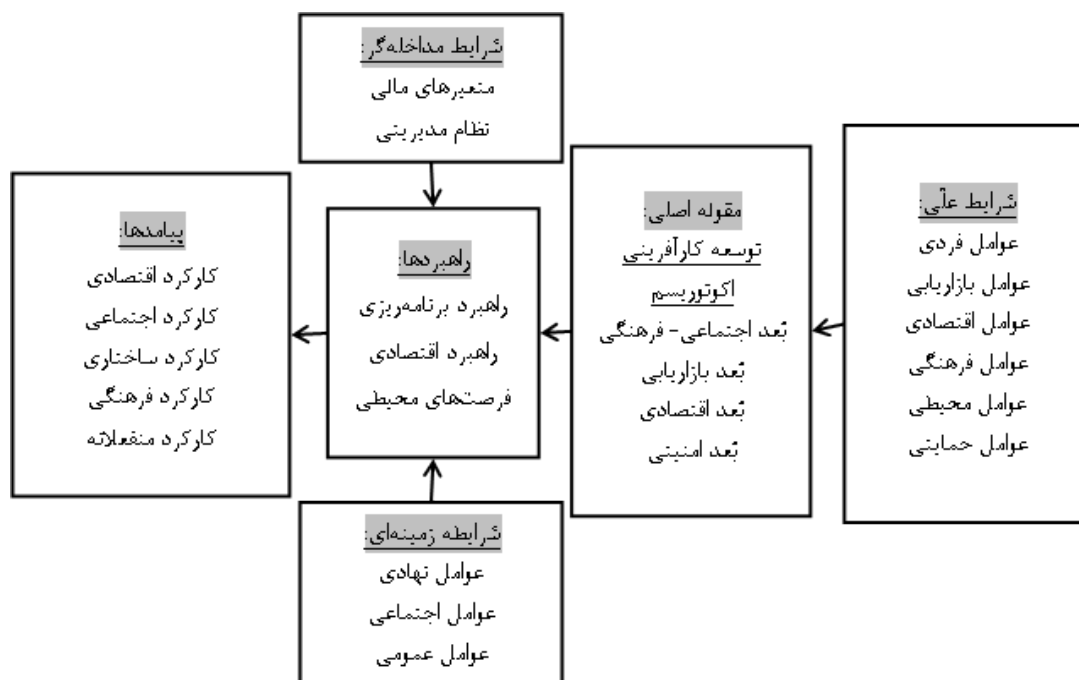
|   |                            |  |
|---|----------------------------|--|
| کاهش آسیب‌های اجتماعی                                 |                            |  |
| رضایت‌مندی سطح عمومی                                  |                            |  |
| افزایش سرمایه اجتماعی                                 |                            |  |
| افزایش امنیت و رفاه اجتماعی                           |                            |  |
| ایجاد امنیت برای مردم و گردشگران                      | کارکرد اجتماعی             |  |
| احیاء سنن و رسوم قدیمی روستاها                        |                            |  |
| مطلوب‌طلبی زندگی اجتماعی                              |                            |  |
| کاهش آمارهای آسیب‌های اجتماعی در روستاهای هدف گردشگری |                            |  |
| رفاه و نشاط روحی و روانی                              |                            |  |
| ایجاد آرامش و رفاه اجتماعی                            |                            |  |
| افزایش کیفیت ارتباطات                                 |                            |  |
| کاهش نرخ بیکاری                                       |                            |  |
| اشتغال‌زایی پایدار                                    |                            |  |
| جلوگیری از مهاجرت                                     | کارکرد ساختاری             |  |
| حرکت در جهت توسعه پایدار                              |                            |  |
| ایجاد مهاجرت معکوس                                    |                            |  |
| ارتقاء شاخص‌های زیست محیطی                            |                            |  |
| شناخت منطقه‌ای و برون منطقه‌ای از روستاهای هدف        |                            |  |
| تقویت و حفظ خرده فرهنگ‌ها                             |                            |  |
| توسعه فرهنگی  |                            |  |
| ساده‌انگاری و ساده‌زیستی انسان                        | کارکرد فرهنگی              |  |
| افزایش مشارکت عمومی روستائیان                         |                            |  |
| آشنایی با قومیت‌ها و فرهنگ‌های مختلف                  |                            |  |
| تخریب محیط زیست                                       |                            |  |
| نارضایتی ساکنین بومی                                  |                            |  |
| احتمال از بین رفتن فرهنگ روستا                        | پیامد منفی کارکرد منفعلانه |  |
| افزایش کاذب نرخ زمین‌ها                               |                            |  |
| انتقال بیماری‌ها                                      |                            |  |

Source: Research findings

در گام پایانی تحلیل کیفی به روش نظریه داده بنیاد مقولات و مفاهیم فرمول‌بندی شده و روابط میان آن‌ها ترسیم می‌شود. فرایند گدگذاری که از داده‌ها آغاز می‌شود، در طی فرایند انتزاع به تدوین نظریه منتهی می‌شود. در این مرحله ارتباط میان کدهای متمرکز در قالب یک شبکه بیان می‌شود. با توجه به اینکه هدف این پژوهش ارائه مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی روستاهای هدف گردشگری می‌باشد.

در این مرحله به کمک پارادایم گدگذاری و به کمک آنچه از مطالعه‌ی پژوهش‌های پیشین و تفسیر نتایج گفتگو با خبرگان به دست آمده به صورت‌بندی مدل کیفی پژوهش، توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد پرداخته شد. مدل اولیه، توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی را به شکلی نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط می‌دهد.

با توجه به مقوله‌های عنوان شده با استفاده از نظریه داده بنیاد به ارائه مدل کیفی پژوهش، توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد به صورت زیر پرداخته شده است.



شکل ۲. الگوی پارادایمی پژوهش (Source: Research findings)

### نتیجه‌گیری و دستاورد علمی-پژوهشی

براساس آنچه در مبانی نظری بحث شد می‌توان گفت که کارآفرینی یکی از رویکردهای جدید در زمینه نوآوری اقتصادی است که از راهکارهای جدید مورد توجه برای توسعه اقتصادی مناطق روستایی به عنوان یک شاخص بازساخت اقتصادی است. در این راستا گردشگری و به‌ویژه اکوتوریسم از جمله مهمترین فعالیت‌های اقتصادی روستاهای امروزی است که به شدت در حال گسترش و استقبال عمومی در سطح جهانی می‌باشد.

از اینرو با رویکرد میان رشته‌ای نگاه کارآفرینانه به فعالیت‌های گردشگری و اکوتوریسم روستایی از موضوعات و مباحث جدید علمی است که برای عملیاتی کردن آن نیاز به انجام برنامه‌ریزی آینده‌نگر با رویکرد راهبردی است. بر این اساس در این مطالعه روستاهای هدف گردشگری علی‌آباد کتول در استان گلستان به عنوان منطقه‌ی مورد مطالعه انتخاب شده و روستاهای واقع در دره‌های اکوتوریستی به عنوان روستاهای نمونه انتخاب شد. زیرا این منطقه‌ی جغرافیایی به دلیل داشتن جاذبه اکوتوریستی متعدد ناشی از موقعیت جغرافیایی و زمین‌ساختی از یکسو و حجم انبوه جمعیت متمرکز در شهرهای اطراف که نیازمند فراغت هستند، در مجموع زمینه‌ساز شکل‌گیری جریان‌های گردشگری بزرگی در منطقه به‌ویژه در روزهای آخر هفته شده است.

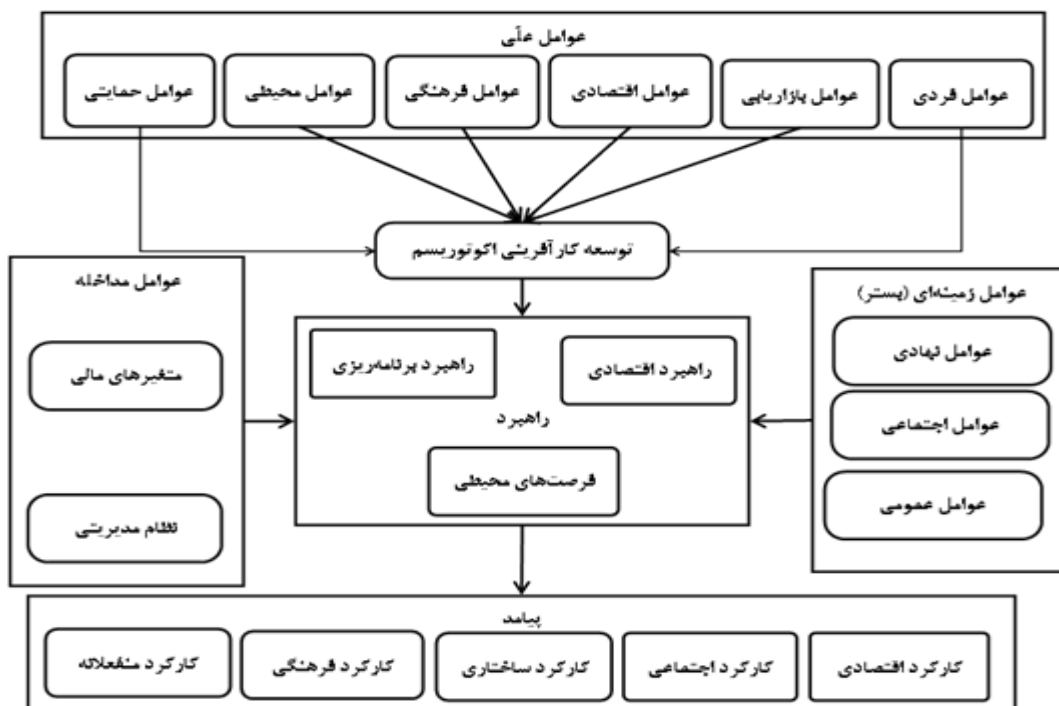
این حجم انبوه جمعیتی به روستاهای با جاذبه‌های گردشگری و اکوتوریستی، فراهم‌کننده‌ی فرصت‌های کارآفرینانه متعددی شده است که استفاده از آنها نیازمند انجام برنامه‌ریزی بلندمدت و آینده‌نگر است. نتایج پژوهش مشتمل بر شناسایی عوامل علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، پدیده محوری، راهبردها و پیامدهای توسعه کارآفرینی اکوتوریستی با رویکرد رفاه اجتماعی است.

نتایج تحلیل بیانگر این است که عوامل علی (افزایش دانش بومی، لذت بردن از ریسک مالی و شخصی، تمایل به مواجه شدن با چالش و سختی، ایجاد و داشتن ایده‌های نو و بدیع و میزان دانش استفاده از فناوری)، عوامل بازاریابی (بالا بردن سطح

آگاهی از سفر و گردشگری از طریق آموزش، استفاده از تمامی بسترهای تبلیغاتی در زمینه اکوتوریسم، سرمایه گذاری در زمینه تبلیغات برای اکوتوریسم، تعریف منافع و تسهیم آن بین ذینفعان، مهیا بودن محصول گردشگری، بازاریابی گردشگری، تدوین تاریخچه حداقل ۳۰۰ ساله برای روستاهای هدف، معرفی جاذبه‌های طبیعی، عوامل اقتصادی (توسعه اقتصادی و بهبود شرایط زیست‌محیطی، ارتقا سطح درآمد جوامع محلی، مشارکت جوامع محلی، میزان سرمایه گذاری بخش خصوصی)، عوامل فرهنگی (شناسایی افراد توانمند در روستاها برای توسعه اکوتوریسم، آداب و سنن در روستا، میراث فرهنگی، صنایع دستی، توجه به قدمت و اهمیت دادن به نوع تفکر افراد روستاها، جشنواره‌های موسیقی، فرهنگ سازی برای پذیرش گردشگران و مسافران، بازی‌های بومی و محلی، غذاها)، عوامل محیطی (بهداشت، سیما و منظر روستا، حمایت و تقویت محیط زیست بومی، حفظ شرایط بومی روستاهای هدف گردشگری) و عوامل حمایتی (حمایت مالی دولت، همکاری نهادهای دولتی، مشوق‌های سرمایه‌گذاری، تأمین امنیت مسافران و گردشگران، امنیت اجتماعی، اقتصادی و رفاهی، تأمین رفاه اجتماعی با مشارکت و پایداری منابع طبیعی) به‌عنوان شرایط علی ایجاد کننده توسعه کارآفرینی اکوتوریستی شناسایی شدند.

مزیت پژوهش حاضر در مقایسه با سایر پژوهش‌های این حوزه در این است که الگوی ارائه شده، الگویی برخاسته از نظریات خبرگان و مبتنی بر عمل است که همزمان کوشیده است به اکثر مؤلفه‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی توجه کند و از این رو توانسته در پیوند نظریه و عمل رفاه اجتماعی گام بردارد.

وجه تمایز الگوی ارائه شده در این پژوهش نسبت به چارچوب‌های موجود در زمینه پژوهش، این است که در چارچوب‌های موجود به طور عمده فقط به بررسی ارتباط چند حوزه خاص با آن توجه شده، در حالی که در پژوهش حاضر، علاوه بر توجه به راهبردها و پیامدها، به عوامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، شامل شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر نیز تأکید شده است.



شکل ۳. الگوی نهایی پژوهش (Source: Research findings)

در همین زمینه، داوری و همکاران (۱۳۹۶) نشان دادند حمایت‌ها، سرمایه انسانی، بازارها، فرهنگ، سیاست و تامین مالی بر اکوسیستم کارآفرینی ایران تاثیرگذار هستند. بنابراین، آماده‌سازی محیط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی نواحی روستایی از جمله تأمین و افزایش دسترسی روستاییان به امکانات و خدمات مختلف مانند امکانات رسانه‌ای و ارتباطی نوین می‌تواند در بروز کارآفرینی بسیار مهم باشد.

همچنین آموزش روستاییان مستعد با مهارت‌های مختلف کارآفرینی نیز در تحقق این مهم اهمیت زیادی دارد. زیرا هرچند در گذشته افرادی می‌توانستند حتی در محیط‌های روستایی بدون گذراندن دوره‌های آموزش عمومی و خاص و صرفاً با تأکید بر دانش بومی موجود در این نواحی، کارآفرینی داشته باشند، ولی امروزه از یک طرف با از بین رفتن این دانش در روستاها و از طرف دیگر متفاوت بودن زمینه‌های کارآفرینی در شرایط امروزی با گذشته، ضرورت آموزش مهارت‌های مرتبط با کارآفرینی را اجتناب‌ناپذیر می‌کند.

در این راستا حبیبی و کنعانی کاشانی (۱۳۹۸) بیان داشتند ذهنیت کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، مدیریت استراتژیک منابع و بکارگیری خلاقیت و توسعه بر توسعه کارآفرینی اکوتوریسم تاثیر دارد.

همچنین طبق نتایج عسگری و همکاران در سال (۱۳۹۷) پیشران‌های کلیدی در کارآفرینی مبتنی بر بوم گردی در روستاهای هدف گردشگری شهرستان خور و بیابانک شامل آژانس داران و تورگردانان، خطرپذیری و سرمایه، بوم گردان، مشارکت، محصولات و خدمات، مهاجرین به روستا، ارتباطات با بستگان می‌باشد.

همچنین قدیری معصوم و همکاران (۱۳۹۶) عوامل زیرساختی، اقتصادی، نهادی، مشارکتی، فردی و نظام‌های حمایتی را مؤثر در کارآفرینی مستقل روستایی شناسایی کردند. لطفی و همکاران در سال (۱۳۹۶) بیان داشتند با افزایش میزان آموزش و آگاهی، میزان کارآفرینی اکوتوریستی نیز توسعه و افزایش پیدا می‌کند.

علاوه بر آنچه گفته شد، در این پژوهش توسعه کارآفرینی اکوتوریستی با رویکرد رفاه اجتماعی به‌عنوان مقوله محوری شناسایی شده است. این مقوله از چهار بُعد اجتماعی- فرهنگی شامل انتقال قومیت‌ها، آداب و رسوم و سنن، آگاهی فرهنگی، آموزش عمومی، اتحاد و همدلی، تمایل داشتن به رعایت اصول فرهنگی توسط گردشگران، بُعد بازاریابی شامل تبلیغات، خرید محصولات محلی، توسعه صنایع دستی و بومی و محلی، تمایل داشتن به فعالیت در بخش گردشگری، حمایت تبلیغات، جاذبه‌های فرهنگی و محیطی، تمایل داشتن به فعالیت‌های گردشگری، تمایل داشتن به مشارکت با سایر کارآفرینان، بُعد اقتصادی شامل امنیت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، درآمدزایی برای بخش روستا، استقلال مالی و بُعد امنیتی شامل امنیت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، امنیت گردشگران داخلی و خارجی، ارتقاء دانش و مهارت نیروهای انسانی و پرسنل تشکیل شده است.

توسعه کارآفرینی اکوتوریسم به دلیل ارتباط عمیق با بحث‌های توسعه پایدار و محیط زیست، نوع ویژه‌ای از کارآفرینی را شکل می‌دهد که تلفیقی از رویکرد رشدگرایی اقتصادی بر پایه حفظ محیط زیست است. به گفته‌ای مسئله توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، شکل دهنده مفهوم اقتصاد زیست محیطی در جوامع محلی است که تاحدودی با سایر اشکال کارآفرینی تفاوت دارد.

نتایج جیانزهونگ و اسمالبون (۲۰۱۱) نشان داد راهنمایی‌های بازار و فروش، حمایت تکنولوژیک و تحقیق، سیستم حمایت خدماتی، حمایت‌های مالی و اعتباری، حمایت‌های سازمانی و سرمایه‌گذاری از شاخص‌های توسعه کارآفرینی اکوتوریسم شناسایی شد.

همانطور که نتایج پژوهش اسکالونا اورکا و همکاران (۲۰۱۵) نشان می‌دهد صنایع خلاق دارای جایگاهی راهبردی برای ترویج هوشمندانه پایداری و رشد فزاینده محلی، منطقه‌ای و ملی خواهد بود. نتایج داشتن رهیافت و فرایند واکاوی مستمر در توزیع فعالیت‌های نوآورانه گامی مفید در توسعه محلی و روستایی است. بنابراین فعالیت‌های نوآورانه دارای آثاری بر منطقه هدف و روابط مثبت با ماندگاری و رشد جمعیت خواهد داشت که البته باید این آثار بصورت دقیق‌تری مورد بررسی قرار گیرد.

محققانی از حوزه‌های مختلف مطالعاتی در این زمینه به بحث پرداخته‌اند؛ بحث‌هایی که مستقیماً در رابطه با توسعه کارآفرینی اکوتوریستی هستند. در این زمینه می‌توان به مدل چرخه حیات گردشگری باتلر، مدل تکامل فضایی بورتون، مدل الماس و مدل آشوب اشاره کرد که ابعاد مختلف توسعه کارآفرینی اکوتوریسم را تبیین کرده‌اند، ولی همچنان چارچوبی مشخصی از ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رهیافت پایداری به صورت مشخص ارائه نشده است (باسی، ۲۰۱۵).

نتایج دی لیما و همکاران (۲۰۱۶) نشان داد که تقویت اجتماعات محلی فقط از طریق کارآفرینی اکوتوریسم امکان‌پذیر است تا از این طریق در مناطق محلی که میزان منابع مالی و پولی اندک است، مشوق‌های لازم ایجاد شود. از این منظر این پژوهش توانست با ابعاد و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی اکوتوریستی با رویکرد رفاه اجتماعی را شناسایی و ادبیات موجود را تقویت کند.

از طرف دیگر در این پژوهش متغیرهای مالی شامل مشوق‌های مالیاتی، فرآیندهای سرمایه‌گذاری در روستاهای هدف گردشگری، عدم آگاهی روستائیان از درآمد اقتصادی، افزایش هزینه‌های انرژی، افراد متخصص و متمکن علاقه‌مند به حفظ محیط‌زیست، اخذ مالیات و بیمه‌های سنگین بخش خصوصی و دولتی و نظام مدیریتی شامل وجود سازمان‌های مرتبط نظیر استانداری و دستگاه‌های صادر کننده، همکاری صدا و سیما، همکاری رسانه‌های عمومی و مطبوعات، همکاری دفاتر خدمات گردشگری، همکاری دستگاه‌های مرتبط نظیر بخش‌داری - فرمانداری، دهیاری و شوراهای به‌عنوان مقوله مداخله شناسایی شده است، چراکه اثربخشی هر گونه راهبرد و فعالیت را درخصوص تضعیف و یا تشدید این پدیده تحت تأثیر قرار خواهد داد.

فرانزیدیس (۲۰۱۹) بیان داشت کسب و کارها قادر به تولید کالای توریستی با کیفیت بالایی هستند که ارزش بین همه ذینفعان را یکسان منتشر می‌کند. امیدی نجف‌آبادی و همکاران (۱۳۹۵) نشان دادند عوامل اقتصادی، زیرساختی، سیاست‌گذاری، اجتماعی و آموزشی-ترویجی بر توسعه اکوتوریسم مؤثر هستند.

نتایج سجاسی قیداری و همکاران (۱۳۹۴) بیان داشتند راهبردهای توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در دو سطح صاحبان کسب و کارها و روستائیان به طور کلی، جهت‌گیری عمده در وضع موجود به سوی راهبرد تدافعی بوده اما

برای دستیابی به جایگاه مطلوب در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی نیاز به اتخاذ راهبرد جهشی تهاجمی می‌باشد. بنابراین راهبرد ارائه منابع، تسهیلات مالی و اعتباری کم بهره به روستاییان برای راه‌اندازی کسب و کارهایی در حوزه گردشگری روستایی ضروری به نظر می‌رسد. تحلیل بیشتر و دقیق‌تری بنگاه‌های مدنظر این قضیه را تقویت کرد که توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی روستاهای هدف گردشگری به صورت تکاملی و شامل چندین مرحله است که در مدل نهایی شده تحقیق ارائه شد.

با توجه به نتایج حاصل از الگوی ارائه شده پیشنهاداتی ارائه گردیده است که در ذیل بدان‌ها اشاره می‌شود.

- به مسئولان دولتی در زمینه صنعت توریست و مدیران فعال در عرصه گردشگری پیشنهاد می‌شود اجزای مدل بدست آمده را در نظر داشته باشند و با بینش و دقت نظر بیشتری به عوامل علی، زمینه، مداخله، راهبردها و پیامدها توجه داشته باشند. توجه بیشتر دولت و مسئولین کشور به بخش گردشگری و سرمایه‌گذاری‌های لازم دولتی و خصوصی در جهت توسعه این صنعت می‌تواند از طریق ایجاد اشتغال، کسب درآمد و تقویت زیرساخت‌ها بر جوانب مختلف زندگی مردم تأثیر گذاشته و موجب افزایش نرخ اشتغال و بهبود توزیع درآمد در کشور شود.
- یکی از راهکارهای اجرایی آن است که به این مقاصد گردشگری به‌عنوان مکانی برای کسب و کار (تجارت) نگریسته شود که این راهکار کمک می‌کند تا در یک سیستم کلی، هر مقصد گردشگری به‌عنوان یک زیربخش توسعه به شمار رود.

- اولین گام در هر منطقه اکوتوریسم توجه به بهداشت، افزایش سلامت اهالی منطقه، حفظ سیما و منظر سنتی روستا با حمایت و تقویت محیط زیست بومی می‌باشد که منجر به رفاه بیشتر اهالی و گردشگران می‌شود.
- به خاطر بسترها و قابلیت‌هایی که در محیط روستایی وجود دارند، توانایی تشکیل و سازمان‌دهی نهادهای مردمی در زمینه‌ها و موضوعات متعدد کاملاً فراهم است. سازمان‌ها و تشکلهای غیردولتی به‌عنوان نهادهایی که نماینده بهره‌برداران و آحاد مختلف مردم در بخش کشاورزی و روستایی هستند، می‌تواند ابزار بسیار مؤثری برای اعمال سیاست‌های توسعه کارآفرینی به حساب آیند و می‌توانند در زمینه حقوق شهروندی و پاسخگویی به نیازها، مطالبات و انتظارات برآورده نشده اقشار مختلف، زمینه نوآوری و کارآفرینی را در بخش‌های مختلف ایجاد کنند.
- احیا، اصلاح و یا ایجاد اینگونه تشکلهای مردمی در روستاهای هدف گردشگری با ارتقاء سطح آموزشی و واگذاری کار به مردم، تخفیف هزینه‌ها و مسئولیت‌های دولت در قبال مدیریت روستاهای هدف گردشگری و جلب و جذب مشارکت‌های مردمی در فعالیتهای عمرانی و توسعه‌ای روستاهاست که در نهایت می‌تواند منجر به توسعه زیرساخت‌ها، شرایط و ویژگی‌های کارآفرینی اکوتوریسم در روستاها گردد.
- توجه به افزایش دانش بومی در هر منطقه و افزایش میزان دانش استفاده از فناوری با ایجاد و داشتن ایده‌های نو و بدیع.

- ارتقا و گسترش مشوق‌های محیطی و نهادی توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با استفاده از رشد پویایی محیط اقتصادی صنعتی گردشگری از طریق اصلاح و بازنگری جدی قوانین و مقررات بانکی مثل کاهش الزامات و مراحل قانونی برای ارائه تسهیلات بانکی با نرخ بهره بانکی مناسب.

- سرمایه‌گذاری و استفاده از تمامی بسترهای تبلیغاتی در جهت جذب توریست با در نظر گرفتن محصولات و خدمات منطقه گردشگری با تدوین تاریخچه و معرفی جاذبه‌های طبیعی برای روستاهای هدف گردشگری.
- برگزاری مستمر و پویای کلاس‌های آموزشی، جشنواره‌های موسیقی، بازی‌های بومی و محلی، جشنواره‌های غذاها، ارائه صنایع دستی منطقه با در نظر گرفتن و شناسایی افراد توانمند در روستاها برای توسعه اکوتوریسم.
- بازطراحی ساختار و مدیریت توسعه کارآفرینی گردشگری با رویکردی منطقی از طریق ایجاد مشوق‌های شغلی، اصلاح ساختار و برنامه، تدوین استراتژی‌های پایدار توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در منطقه.
- باز نشر فرآیندهای سرمایه‌گذاری در روستاهای هدف گردشگری و تعیین مشوق‌های مالیاتی به افزایش سطح آگاهی روستائیان از درآمد اقتصادی کمک خواهد کرد و همچنین بکارگیری افراد متخصص و متمکن علاقه‌مند به حفظ محیط‌زیست با حمایت و همکاری رسانه‌های عمومی، مطبوعات، دستگاه‌های مرتبط نظیر بخش‌داری، فرمانداری، دهیاری و شوراهای می‌تواند بستر آن را تقویت کند.
- تقویت راهبرد برنامه‌ریزی با تأمین زیرساخت‌های مهم و اساسی مستقر در روستاهای هدف گردشگری و استفاده از ظرفیت تولیدات محلی و بومی منطقه با برقراری امنیت اجتماعی.
- شناسایی فرصت‌های محیطی با ایجاد فضای با نشاط، شادمانی و امید در بین جامعه از طریق تسهیل در امور گردشگری و سازماندهی مناسب امکانات.
- تهیه فیلم‌ها و تیزرهای تبلیغاتی و توزیع آنها در بین مردم بومی و توریست‌ها به منظور آشنایی بیشتر با قابلیت‌های اکوتوریستی منطقه.
- تربیت نیروهای متخصص و مجرب در رابطه با اکوتوریسم و ایجاد وب سایت اطلاع‌رسانی به منظور ارائه اطلاعات جامع در خصوص قابلیت‌های اکوتوریستی منطقه و به روز نگه‌داشتن دائمی این وب سایت.
- توسعه مراکز آموزشی در زمینه گردشگری؛ برگزاری جلسات منظم با افراد محلی و برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌هایی در مناسبت‌های مختلف و فصول مختلف سال و انجام تبلیغات وسیع در خصوص این جشنواره‌ها. این جشنواره‌ها علاوه بر جذب توریست می‌تواند سبب نزدیکتر شدن مردم بومی و توریست‌ها هم گردد.
- بازرسی و نظارت مستمر بر نحوه عملکرد هر یک از واحدهای ارائه دهنده خدمات و برخورد با واحدهای متخلف.
- برنامه‌ریزی به منظور شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در منطقه به منظور ایجاد اشتغال مولد در منطقه و برای مردم بومی و جذب سرمایه‌گذار خارجی و توریست.

## References

- Abdullahi, Ayouz (1386). Ecotourism compatible with environmental protection and sustainability of natural resources, 6th Iranian Agricultural Economics Conference, Mashhad, Iranian Agricultural Economics Association, Ferdowsi University of Mashhad.
- Akbari, Morteza; Faith, owner; Ghobadnejad, Mehdi; Rahimi, Rahim. (1394). "The Relationship between Transformational Leadership, Internal Marketing and Entrepreneurial Orientation (Case Study: National Company for Southern Oilfields)". *Entrepreneurship Development*, 8 (3), 571-590.
- Arasti, Zahra; Sefidgar, Afrooz and Zafarian, Reza (1394). Explaining the role of Ferdiria, environmental and system components in the success of e-entrepreneurship education, University of Tehran, *Quarterly Journal of Entrepreneurship Development*, Volume 8, Number 1: 61-79.
- Bjuggren. C; Johansson. D; Stenkula. M; (2010) "Using Self-employment as Proxy for Entrepreneurship: Some Empirical Caveats", *Ratio Working Papers*,.



- Campbell, L.M. (1999). Ecotourism in Rural Developing Communities, *Annals of Tourism Research*, 26(3): 534-553.
- Chirozva, C. (2015). Community agency and entrepreneurship in ecotourism planning and development in the Great Limpopo Transfrontier Conservation Area. *Journal of Ecotourism*, 14(2-3), 185-203.
- Davari, Ali, Sefidbari, Leila, Baghersad, Wajih. (2016). Factors of Iranian Entrepreneurial Ecosystem Based on Eisenberg Model, *Journal of Entrepreneurship Development*, 10 (1), 101-120.
- Franzidis, A. (2019), "An examination of a social tourism business in Granada, Nicaragua", *Tourism Review*, Vol. 74 No. 6, pp. 1179-1190.
- Ghasemi, Akram (2019) *Entrepreneurship Strategies*, Ghalam Khorshid Publications, First Edition.
- Haring, L. S. & Claudio, M. (2014), *Touring responsibility: The trouble with 'going local' in community-based tourism in Thailand*, *Geoforum*, Volume 51, 96-106.
- Jafarpanah, Mohammad (2019) *Entrepreneurship is the engine of development*, Sharif Publications, first edition.
- Jianzhong, X. and Smallbone, D., 2011, *Regional Variations in the Environment for Entrepreneurship Development: a Tale of Three Cities in China*, International Council for Small Business (ICSB); 56th World Conference, June 2011.
- Lee, T. H., & Jan, F. H. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management*, 70, 368-380.
- Moradzadeh, Abdolbaset, Ghasemi, Mohammad, Salarzahi, Habib A ..., Yaghoubi, Noor Mohammad, Bazrafshan, Javad. (1397). Prioritize the drivers of entrepreneurial ecotourism development with a community-based empowerment approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, 11 (1), 161-179.
- Niknejad, Maryam; Mahdavi, Ali and Karami, Omid (1393). Determining areas prone to ecotourism development using ANP network analysis process (Case study of Khorramabad city), *geography and urban-regional planning*, No. 14: 195-214.
- Porter, Micheal E. (2014) *Competitive Advantage*, The Free Press.
- Rezaghilizadeh, Mahdieh. (1395). Investigating the Impact of Tourism on the Triangle of Poverty, Inequality and Economic Growth. *Tourism Management Studies*, 11 (36), 125-160.
- Sajasi Gheidari, Hamdollah; Rokanuddin Eftekhari, Abdul Reza; Portaheri, Mehdi; Azar, Adel (2014) *Ecotourism Entrepreneurship Development Model in Rural Areas (Case Study: Tourism Rivers of Tehran Province)*, *Human Geography Research*, Volume 46, Number 2, (88), pp. 273-292.
- Samiei, Sahar and Akhondzadeh, Mostafa (2013), *The Role of Entrepreneurship in the Development of Tourism Industry*, First National Conference on Accounting and Management, Shiraz, Kharazmi International Educational and Research Institute.
- Sergey Anokhin; Dietmar Grichnik; Robert D. Hisrich; (2008) "The Journey from Novice to Serial Entrepreneurship in China and Germany: Are the Drivers the Same?", *Managing Global Transitions*, issue 2, vol. 6, p.p. 117-142.
- Shahraki, Hassan, Movahedi, Reza, Yaghoubi Farani, Ahmad. (1395). Analysis of Cultural and Social Components of Rural Entrepreneurship: A Qualitative Study. *Journal of Entrepreneurship Development*, 9 (4), 749-768.
- Situmorang, D. and Mirzanti, I. (2012). Social entrepreneurship to develop ecotourism, *Procedia Economics and Finance*, 4: 398-405.
- Soenarto, S., Rahmawati, R., Suprapti, A., Handayani, R., & Sudira, P. (2018). Green Entrepreneurship Development Strategy Based on Local Characteristic to Support Power Eco-Tourism Continuous at Lombok. *Journal of Tourism & Hospitality*, 07. doi:10.4172/2167-0269.1000394.
- Yang, J., Ryan, C., & Zhang, L. (2013). Social conflict in communities impacted by tourism. *Tourism Management*, 35, 82-93.
- Zali, Mohammad Reza (2016) *Introduction of Global Entrepreneur Watch*, University of Tehran, Faculty of Entrepreneurship, Tehran.

Zali, Mohammad Reza; Razavi, Seyed Mostafa (2016) Research in the field: Barriers to entrepreneurship development in Iran, University of Tehran, Faculty of Entrepreneurship, Tehran, fifth edition.

## **Designing a conceptual model of ecotourism entrepreneurship development with social welfare approach by grounded theory**

**Mohammadreza Gholipour**

Ph.D. Student in Entrepreneurship, Department of Entrepreneurship, Aliabadkatoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katool, Iran

**Mohmdreza Cheraghali\***

Ph.D. in Management, Department of Management, Golestan University, Gorgan, Iran

**Hadi Sanaeepour**

Ph.D. in Entrepreneurship, Department of Management, Gonbad Kavous University, Gonbad Kavous, Iran

---

### **Abstract**

The purpose of this study is to present a model of ecotourism entrepreneurship development with a social welfare approach to tourism target villages. This research has been done in terms of fundamental purpose, in terms of exploratory nature and in terms of qualitative data collection method and based on grounded theory method. Using theoretical foundations, research background and semi-structured interviews, content analysis was performed using content analysis method. The participating team consists of university experts who were selected by purposive sampling method using snowball method. The data collection process continued until the researcher reached the theoretical saturation limit in the fifteenth interview and then using the grounded theory method to encode the extracted concepts in three main steps of open coding, axial coding and selective coding. Finally, by extracting, combining and combining the concepts and categorizing them into larger categories, the paradigmatic model of the research was presented. The paradigm model showed that individual factors, marketing factors, economic factors, cultural factors, environmental factors and supportive factors for the development of ecotourism entrepreneurship with the approach of social welfare of tourism target villages are the causal conditions. Institutional factors, social factors and general factors as background conditions; financial variables and management system are among the interventionist conditions and planning strategy, economic strategy and environmental opportunities are the strategies of entrepreneurship development of ecotourism with the social welfare approach of the villages targeted for tourism. Underlying conditions, intervening conditions, and strategies will have positive consequences, including economic function, social function, structural function, cultural function, and negative consequences.

**Keywords: Ecotourism, Entrepreneurship Development, Social Welfare, grounded theory.**

---

\* (Corresponding author) m.cheraghali@gu.ac.ir