

شناسایی و تبیین ابعاد زیرساخت و فناوری صنعت بوم‌گردی بر جذب فرشتگان کسب‌وکار در راستای توسعه صنعت گردشگری روستایی استان کرمانشاه

علی اکبر حیدری^۱ - زهره امیری سردری^۲

محمد جواد جمشیدی^{۳*} - حبیب الله سالارزهی^۴

۱. کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه سیستان و بلوچستان

۲. استادیار دانشکده اقتصاد و کارآفرینی دانشگاه رازی

۳. دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه سیستان و بلوچستان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۴/۸

چکیده

هدف پژوهش حاضر شناسایی و تبیین اثرات ابعاد زیرساخت و فناوری صنعت بوم‌گردی بر جذب فرشتگان کسب‌وکار است. این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها آمیخته-اکتشافی است. در بخش کیفی این تحقیق از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته برای گردآوری داده‌ها و از روش‌های تحلیل محتوا و دلفی جهت دستیابی به مدل پژوهش استفاده شده است. جامعه تحقیق در بخش کیفی شامل ۲۵ نفر از خبرگان حوزه گردشگری شامل اساتید دانشگاه، کارشناسان و کارآفرینان صنعت بوم‌گردی می‌باشد که با نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند. در بخش کمی، داده‌ها با استفاده از روش پیمایش و توزیع پرسشنامه (باز و بسته) گردآوری و با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار Smart PLS نسخه ۳ تحلیل شده‌است. جامعه آماری بخش کمی شامل ۱۰۰ نفر می‌باشد که به صورت هدفمند و جمعیت‌شمار با توجه به سه شاخص داشتن مسئولیت اجرایی، راه‌اندازی کسب و کار یا دانش‌آموختگی در صنعت گردشگری انتخاب شده است. برازش مدل با ریشه‌میانگین مجذور باقیمانده‌های استاندارد شده، آزمون برازش دقیق مدل، شاخص برازش‌هنجار و ریشه‌میانگین مجذور ماتریس کوواریانس باقیمانده‌ها انجام شده است. نتایج تحلیل در بخش کمی حاکی از آن است که مؤلفه‌های بعد زیرساخت با ۷۲ صدم و بعد فناوری با ۴۹ صدم بر جذب فرشتگان کسب‌وکار در حوزه بوم‌گردی استان کرمانشاه مؤثر بوده است. به مدیران سایت‌های بوم‌گردی پیشنهاد می‌شود که بسترهای لازم برای مشارکت فرشتگان کسب‌وکار براساس استعدادهای شناسایی شده را فراهم سازند.

واژه‌های کلیدی: بوم‌گردی، زیرساخت، فرشتگان کسب‌وکار، فناوری، کرمانشاه

Email: jamshidi@razi.ac.ir

* نویسنده مسئول:

مقدمه

یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های صاحبان کسب و کار تأمین مالی است. براساس گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی، تأمین مالی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین معضلات خروج از کسب و کار در بسیاری از کشورها (از جمله ایران) است؛ و در تأمین مالی کارآفرینانه (رتبه ۵۳ از میان ۵۴ کشور) وضعیت نامطلوب کشورمان را در این بعد را نشان می‌دهد. از این رو یکی از چالش‌های کارآفرینان، ارائه مدل کسب و کار خود در جهت مطلوب و ترغیب سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران است؛ فرشتگان کسب و کار^۱، سرمایه‌گذارانی هستند که سرمایه‌گذاری بلندمدت و ریسک کسب و کار برای شرکت‌ها را تقبل می‌کنند (Prowse, 1998؛ Shane, 2008؛ Edelman et al. 2017). فرشتگان (سرمایه‌گذاران) که غالباً ادبیات کسب و کار را تشکیل می‌دهند و از دید اکثر کارآفرینان نهان هستند در مرکزیت بازار کسب و کار قرار دارند هستند (Engineer et al, 2019).

جاذبه‌های بوم گردی، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل جذب گردشگران و از منظر بازاریابی و توسعه گردشگری مورد توجه قرار گرفته‌اند (Ajake & Amala, 2012). بیشتر کشورها بوم گردی را به‌عنوان هدفی برای تقویت اقتصاد خرد و کلان، حفاظت از محیط‌زیست و ارتقای صلح بین‌المللی در نظر می‌گیرند (Hall, 2014)؛ بنابراین صنعت گردشگری اهمیت قابل‌ملاحظه‌ای در اقتصاد جهانی به دلیل توانایی در ایجاد اشتغال و توسعه اقتصادی دارد. این صنعت، نرخ رشد ۷ درصدی در ورود گردشگران در طول سال ۲۰۱۷ با تعداد حدوداً ۱۳۲۲ میلیون نفر را ثبت کرده‌می‌باشد و انتظار می‌رود نرخ رشد حدود ۴ تا ۵ درصدی در سال ۲۰۱۸ را ثبت کند (World Tourism Organization, 2018). این بخش تقریباً یک دهم مشاغل ایجاد شده از کل ایجاد مشاغل در جهان را در برمی‌گیرد که برابر با ایجاد ۱۰۹ میلیون شغل می‌باشد (World Travel and Tourism Council, 2017).

بوم گردی به علت ورود انسان به محیط طبیعی موجب ایجاد تغییراتی در آن می‌شود، برخی نسبت به اثرات مخرب بوم گردی برای محیط‌زیست هشدار داده‌اند (Saltz et al. 2019).

با این وجود، به علت اثرات مثبت اقتصادی بوم‌گردی بر اقتصاد محلی و ملی (Hsu, 2019) و ایجاد اشتغال برای ساکنان بومی، بسیاری از دولت‌ها درصدد برآمده‌اند تا با سیاست‌های تشویقی کارآفرینی، تسهیلاتی را برای کارآفرینان و سرمایه‌گذاران این صنعت در نظر گیرند. اما وجود چالش‌های صنعت بوم‌گردی باعث شده است توسعه‌ی آن با مسائلی مواجه شود. برخی به علت افزایش سطح درآمد مردم فقیر محلی (Agyeman et al. 2019) موافق و برخی به دلیل به وجود آمدن تغییرات اجتماعی- فرهنگی، اقامتی (به علت اجبار به تغییر اقامتگاه مردم بومی توسط دولت) (Naithani & Saha, 2019) یا تغییرات در کشاورزی، باغداری و شکار (Lee, 2019) مخالف آن هستند. با بررسی و بهبود مؤلفه‌های مؤثر صنعت بوم‌گردی (زیرساخت و فناوری) در استان کرمانشاه و با توجه به تنوع جاذبه‌های موجود، کارآفرین می‌تواند با فرشته کسب‌وکار با شناخت دقیق ارتباط برقرار کرده و سرمایه وی را جذب کند. برای رسیدن به این هدف، شناخت ابعاد مؤثر صنعت بوم‌گردی در جذب فرشتگان کسب‌وکار برای توسعه و پیشبرد اهداف کارآفرینان این صنعت جوان در استان لازم و ضروری است. برای دستیابی به این هدف در پی پاسخگویی به سؤالات ذیل می‌باشد:

۱. تأثیر بعد زیرساخت صنعت بوم‌گردی بر جذب فرشتگان کسب‌وکار چگونه است؟
۲. تأثیر بعد فناوری صنعت بوم‌گردی بر جذب فرشتگان کسب‌وکار چگونه است؟

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

فرشتگان کسب‌وکار

یکی از مهم‌ترین مسائل کارآفرینان صنعت بوم‌گردی، توانایی جذب سرمایه فرشتگان کسب‌وکار است. از آنجا که چنین کسب‌وکارهایی معمولاً در مرحله تأسیس هنوز سودآور نبوده و دارایی کمی دارند، تأمین مالی معمولاً از طریق بدهی برای آن‌ها امکان‌پذیر نیست (Mason and Harrison, 2015). از این‌رو فرشتگان کسب‌وکار نه تنها به رشد سرمایه در کسب‌وکارهای نوپا کمک می‌کنند بلکه تجربه و دانش خود را برای تحریک موفقیت‌آمیز ایده‌ها به کار می‌برند و نقش مهمی در رشد اقتصادی و پیشرفت تکنولوژی دارند. بنابراین درآمد و رشد سودآوری شرکت‌ها مهم‌ترین معیار سرمایه‌گذاری فرشتگان کسب‌وکار و

پس از آن ارزش افزوده محصول و خدمات، رکورد نوآوری و سودآوری تیم مدیریت است. (Engineer et al, 2019). فرشتگان کسب و کار می توانند راه حل مناسبی برای یک شرکت نوپا در شروع کسب و کار باشند، امتیازاتی باید برای فرشتگان کسب و کار در پروژه های با ریسک بالا و راه اندازی در مناطق کمتر شناخته شده لحاظ گردد (Dibrova, 2015)؛ با این وجود، فرشتگان کسب و کار با شناخت دو بخش کلان (شناخت و ارزیابی فرصت) می توانند تفاوت های فردی و انتظارات شخصی خود را در تصمیم گیری لحاظ کنند و از سردرگمی در انتخاب فرصت های سرمایه گذاری رها شوند (هاشمی نکو و همکاران، ۱۳۹۷).

گردشگری روستایی و صنعت بوم گردی

بوم گردی ترکیبی از دو واژه: اکو و توریسم می باشد. به نوعی به حفاظت از ارزش های زیست محیطی، معرفی زیبایی های مناظر طبیعی و تبادل فرهنگ بین بومیان و گردشگران اشاره می کند (Aliani et al, 2016). بوم گردی، راه حلی برای حل دو مسئله عمده: بهبود معیشت مناطق روستایی و جلوگیری از تخریب محیط زیست را ارائه می کند (Cabral & Dhar, 2020). با توجه به موارد مذکور، بوم گردی می تواند منافع اقتصادی را برای بهبود معیشت جوامع ضعیف که در اطراف نواحی حفاظت شده زندگی می کنند به ارمغان آورد (Ghosh & Ghosh, 2019). ثابت شده است که ارتباطات مؤثر با گردشگران، توانایی تأثیر گذاری بر نگرش، رفتار و درک گردشگر نسبت به مقصد را در پی دارد (Fan et al, 2017). به طور کلی صنعت گردشگری با افزایش تأثیر فناوری اطلاعات (رسانه های اجتماعی) در سازمان دهی و بازخورد تجربیات سفر تغییرات چشمگیری داشته است (Hua et al, 2017). یافته ها نشان دهنده تأثیر زیاد فناوری اطلاعات (شبکه های اجتماعی) بر گردشگران قبل از تجربه آنها از مقصد مورد نظر است (Bogicevic et al. 2019). گسترش و بهبود امکانات زیرساخت (فیزیکی مانند، اقامتی، راه های دسترسی، حمل و نقل) و فناوری (مخابراتی، شبکه های اجتماعی و اینترنت) تأثیر مثبتی بر توسعه بوم گردی و گردشگری روستایی دارد (Piuchan et al, 2018)؛ بنابراین اگرچه صنعت بوم گردی و ابعاد آن در تحقیقات قبلی مورد استفاده قرار گرفته، اما تاکنون پژوهشی به بررسی ابعاد صنعت بوم گردی در جذب فرشتگان کسب و کار نپرداخته است. این پژوهش

بر آن است تا این خلأ جاری را با تحلیل کارآفرینانه ابعاد صنعت بوم گردی برای تأمین مالی مدیران سایت‌ها از طریق جذب فرشتگان کسب و کار مفهوم‌پردازی کند.

روش‌شناسی

تحقیق حاضر برحسب هدف کاربردی و از نظر زمانی، مقطعی و بر اساس محیط مطالعه، از نوع میدانی است. روش‌شناسی این پژوهش آمیخته - اکتشافی بوده و شامل روش‌های تحقیق کیفی و کمی می‌باشد.

در بخش کیفی، با توجه به اینکه به صورت پراکنده در مبانی نظری به متغیرهای تحقیق پرداخته شده بود، ابتدا از روش تحلیل محتوا برای استخراج شناسایی و استخراج مؤلفه‌ها و ساخت مدل اولیه استفاده شد؛ سپس با روش دلفی مدل اولیه ارتقاء یافت. در روش تحلیل محتوا با استفاده از کدگذاری باز مؤلفه‌ها شناسایی و با استفاده از کدگذاری محوری در ابعاد مختلف دسته بندی شدند. به منظور بررسی روایی مؤلفه‌های شناسایی شده، از روش دلفی استفاده شده است؛ که طی سه مرحله (به علت رسیدن به اشباع نظری) - با توزیع پرسشنامه حاوی سؤالات بسته و باز - شده است؛ در هر مرحله میزان موافقت خبرگان با هر مؤلفه در مرحله قبلی (میانگین موافقت دور قبلی) به اطلاع خبرگان رسید و از آن‌ها خواسته شد مجدداً میزان موافقت خود را با همان مؤلفه ابراز دارند. همچنین در هر مرحله، با سؤالی باز از خبرگان خواسته شد تا مؤلفه‌های جدیدی که احیاناً تاکنون شناسایی نشده‌اند را معرفی کنند. مؤلفه‌های جدید نیز با کدگذاری باز شناسایی و با کدگذاری محوری به مدل افزوده شده و در مرحله بعدی در پرسشنامه قرار می‌گرفت تا اجماع خبرگان در مورد آن مؤلفه به دست آید. جامعه تحقیق در بخش کیفی شامل ۲۵ نفر از خبرگان حوزه گردشگری است که شامل اساتید گروه مدیریت، کارآفرینی و اقتصاد دانشگاه رازی کرمانشاه (۵ نفر)، کارشناسان اداره میراث فرهنگی و گردشگری استان (۱۰ نفر) و کارآفرینان صنعت بوم گردی در استان کرمانشاه (۱۰ نفر) می‌شود که به صورت هدفمند انتخاب شده‌اند. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند- قضاوتی بوده و توزیع پرسشنامه‌های روش دلفی تا رسیدن به اشباع نظری- زمانی که دیگر مؤلفه‌ی جدیدی توسط خبرگان در سؤالات باز مطرح نشد و مؤلفه‌های جدید تکرار قبلی‌ها

بودند، ادامه پیدا کرد. ابزار گردآوری اطلاعات در روش دلفی پرسشنامه با سؤالات بسته (مربوط به مؤلفه های شناسایی شده در روش تحلیل محتوا بود که در دور دوم به بعد دلفی مؤلفه های جدید شناسایی شده در دور قبلی دلفی نیز به سؤالات بسته افزوده می شد) و سؤالات باز (جهت شناسایی مؤلفه های جدیدی که به نظر خبرگان در سؤالات بسته ای آن دور مطرح نشده بود) می شد.

در بخش کمی، از روش پیمایش برای گردآوری داده ها و از نرم افزار SmartPLS نسخه ۳ برای تحلیل داده ها استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش در بخش کمی شامل مدیران و کارکنان اداره میراث فرهنگی و گردشگری، اساتید کارآفرینی و اقتصاد دانشگاه رازی کرمانشاه، کارآفرینان و مدیران سایت های بوم گردی در کرمانشاه و دانشجویان ارشد و دکترای دانشگاه رازی در رشته کارآفرینی (سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۳۹۸) شامل ۱۰۰ نفر بوده که به صورت هدفمند و جمعیت شمار با توجه به سه شاخص اجرایی بودن (دارا بودن حداقل ۱۰ سال سابقه فعالیت در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری)، کارآفرین صنعت گردشگری (دارا بودن شرایط مالکیت کسب و کار در صنعت گردشگری، سابقه کاری مرتبط با گردشگری و بومی استان کرمانشاه) و تحصیل کرده این صنعت (فارغ التحصیل در رشته های کارآفرینی-گرایش گردشگری و مدیریت گردشگری) انتخاب شدند. برای سنجش پایایی پرسشنامه از شاخص آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار آن برای تأثیر ابعاد بوم گردی بر جذب فرشتگان کسب و کار ۹۳/۳٪ محاسبه شده است. برای آزمون مدل از تحلیل عاملی تأییدی (CFA) و برای پاسخ به سؤالات تحقیق از مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) به روش کمترین توان دوم جزئی (PLS¹) استفاده شده است.

سازگاری درونی: جهت تحلیل پایایی براساس همبستگی درونی گویه ها از آزمون آلفای کرونباخ استفاده می کنیم. مقدار مناسب برای آن بزرگتر از ۰/۷ می باشد به منظور محاسبه

پایایی بهتر، از آزمون Rho دیلون و گلدستین و شاخص پایایی مرکب (CR) که همبستگی سازه‌ها را نشان می‌دهند استفاده شده است. برای پایایی مرکب نیز میزان بالای ۰/۷ می‌باشد.

جدول ۱. سازگاری درونی متغیرها و ابعاد بوم گردی و فرشتگان کسب و کار (روایی همگرا و پایایی ترکیبی)

مؤلفه	الفای کرونباخ	Rho-A	پایایی ترکیبی (CR)	AVE
چالش‌های بوم گردی	۰/۸۴۳	۰/۸۶۳	۰/۸۷۲	۰/۵۰۲
زیرساخت	۰/۷۷۶	۰/۷۹۱	۰/۸۴۸	۰/۵۲۹
فناوری	۰/۷۱۳	۰/۷۸۸	۰/۸۲۱	۰/۵۵۱
فرشتگان کسب و کار	۰/۹۰۷	۰/۹۱۶	۰/۹۲۰	۰/۶۰۵
ارزش کسب و کار	۰/۸۰۰	۰/۸۱۵	۰/۸۶۲	۰/۵۸۵
قابلیت‌های مدیریت	۰/۷۵۹	۰/۷۷۶	۰/۸۴۷	۰/۶۱۲
شایستگی‌ها	۰/۷۹۵	۰/۸۰۳	۰/۸۶۰	۰/۵۵۳
حقوقی قانونی	۰/۷۰۵	۰/۷۴۰	۰/۸۱۶	۰/۵۹۰
مقدار مورد تایید	$\geq 0/7$	$\geq 0/7$	$\geq 0/7$	$\geq 0/5$

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸

روایی همگرا زمانی وجود دارد که CR از ۰/۷۰ بزرگتر باشد. همچنین CR باید از AVE بزرگتر باشد. در اینصورت هر سه شرط روایی همگرا وجود خواهد داشت. طبق جدول فوق پایایی داده‌ها تأیید و وجود روایی نیز مورد پذیرش قرار گرفته است.

جدول ۲. روایی واگرا متغیرها و ابعاد بوم گردی و فرشتگان کسب و کار

متغیر	ارزش کسب و کار	حقوقی قانونی	زیرساخت	شایستگی‌ها	فرشتگان کسب و کار	فناوری	قابلیت‌های مدیریتی	چالش‌های بوم گردی
ارزش کسب و کار	۰/۷۴۷							
حقوقی قانونی	۰/۵۱۸	۰/۷۲۸						
زیرساخت	۰/۴۱۷	۰/۵۶۴	۰/۷۲۷					
شایستگی‌ها	۰/۵۲۶	۰/۶۷۰	۰/۴۳۲	۰/۷۴۴				
فرشتگان کسب و کار	۰/۷۴۵	۰/۷۱۲	۰/۵۵۱	۰/۷۰۹	۰/۶۳۰			
فناوری	۰/۴۰۲	۰/۲۱۸	۰/۱۲۲	۰/۳۸۳	۰/۴۳۴	۰/۷۴۲		
قابلیت‌های مدیریتی	۰/۷۰۳	۰/۵۹۲	۰/۴۷۱	۰/۶۷۶	۰/۶۰۳	۰/۴۳۹	۰/۷۶۳	
چالش‌های بوم گردی	۰/۵۰۸	۰/۶۲۶	۰/۷۰۰	۰/۵۸۲	۰/۶۰۵	۰/۵۸۰	۰/۶۴۲	۰/۵۵۰

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸

روش معیار Fornell-lacker: بر اساس این معیار، روایی واگرای قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه در مدل نسبت به سازه‌های دیگر تعامل بیشتری با مؤلفه‌هایش دارد.

روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبولی است که میزان AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر مدل باشد. این مدل در صورتی واگرایی قابل قبولی دارد که اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین خود بیشتر باشند. همبستگی بین تمام سازه‌ها در جدول شماره (۲) نمایش داده شده است.

یافته‌ها

الف) توصیف جمعیت شناختی در بخش کیفی و کمی

بخش کیفی: پاسخ دهندگان از نظر جنسیت ۶۵ درصد مرد، ۳۵ درصد زن بوده‌اند. ۲۵ درصد از پاسخ دهندگان دارای تحصیلات کارشناسی، ۴۵ درصد کارشناسی ارشد و ۳۰ درصد دکترا بوده‌اند.

بخش کمی: در این بخش پاسخ دهندگان از نظر جنسیت ۶۴/۶ درصد مرد و ۳۵/۴ درصد زن بوده است. بازه‌های سنی ۱۸ تا ۲۸ سال، ۲ درصد، ۲۹ تا ۳۸ سال، ۱۳/۱ درصد، ۳۹ تا ۴۸ سال، ۸۳/۸ درصد و ۴۹ تا ۶۰ سال، ۱ درصد کل پاسخ دهندگان را به خود اختصاص داده‌اند. سطح تحصیلات پاسخ دهندگان شامل ۵/۱ درصد دیپلم، ۵/۱ درصد کارشناسی، ۸۳/۸ درصد کارشناسی ارشد و ۶/۱ درصد دکترا می باشد. همچنین از نظر سابقه کاری شامل ۳/۵ سال در بخش مدیریت، نظارت و بازرسی در حوزه گردشگری و میراث فرهنگی بین ۱۰ تا ۱۴ سال، در سایر بخش‌های مرتبط با سازمان گردشگری کارکنان با سابقه ۹ تا ۱۵ سال و در بخش دانشگاهی پژوهشگران فعال بین ۳ تا ۴ سال سابقه فعالیت در حوزه گردشگری و بومگردی و در نهایت فعالین تورهای گردشگری نیز بین ۳ تا ۸ سال سابقه فعالیت می باشند.

ب) یافته‌های کیفی

جدول ۳. خلاصه نتایج کدگذاری مؤلفه‌های تأیید شده در روش دلفی

متغیر	ابعاد	شاخص
بوم گردی	زیرساخت	<ul style="list-style-type: none"> • زیرساخت حمل و نقل در سایت بوم گردی • زیرساخت رفاهی و بهداشتی در سایت بوم گردی • زیرساخت امنیتی در سایت بوم گردی • زیرساخت فرهنگی و اجتماعی در سایت بوم گردی

• زیرساخت زیست محیطی در سایت بوم گردی		فرشتگان کسب و کار
• بلوغ تجارت الکترونیک • استراتژی بازاریابی شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی • شبکه‌های مخابراتی و ضریب نفوذ اینترنت در سایت بوم گردی • کانال‌های ارتباط الکترونیک داشتن وبسایت، اپلیکیشن موبایل	فناوری	
• ارزش افزوده محصولات و خدمات • نوآوری مدل کسب و کار کارآفرین • مقیاس پذیری طرح کسب و کار • سطح فناوری طرح کسب و کار • همخوانی طرح کسب و کار با ارزش‌های بومی-محلی	ارزش کسب و کار	
• سودآوری صنعت بوم گردی • سودآوری کارآفرین • قدرت تصمیم‌گیری کارآفرین در شرایط بحرانی • مسئولیت اجتماعی کارآفرین	قابلیت‌های مدیریتی و سودآوری	
• آشنایی کارآفرین با کسب و کار محلی • اشتیاق، علاقه و اعتماد به نفس کارآفرین • تجربه و مهارت کارآفرین • برونگرایی کارآفرین • داشتن هنر مذاکره و اقناع توسط کارآفرین	شایستگی‌های فردی و ذاتی	
• مالکیت معنوی ایده کسب و کار • ریسک قانونی سرمایه‌گذاری در صنعت بوم گردی • موانع قانونی ورود رقبا • سازوکارهای اجرایی و مقررات موجود	شرایط حقوقی و قانونی	

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸

ج) تحلیل کمی

برازش مدل‌های اندازه‌گیری

نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که شاخص‌های ارزیابی نیکویی برازش مدل اندازه‌گیری تأثیر مؤلفه‌های بوم گردی از مقدار مناسبی برخوردار هستند؛ بنابراین، داده‌ها از لحاظ آماری با ساختار عاملی و زیربنای نظری متغیرهای نهفته‌ی پژوهش سازگاری دارند. واریانس تبیین شده نشان دهنده درصد تبیین تغییرات متغیرهای مستقل می‌باشد. ضرایب R^2 مربوط به متغیرهای پنهان درونزای (وابسته) مدل است و نشان دهنده تأثیر یک متغیر برونزا بر

یک متغیر درونزا است و سه مقدار ۰،۳۳، ۰،۶۷ و به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی در نظر گرفته می شوند. هر چه R^2 مربوط به سازه‌های درون زای یک مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است.

جدول ۴. برازش مدل اندازه‌گیری تأثیر مؤلفه‌های زیرساخت و فناوری صنعت بوم‌گردی بر جذب فرشتگان کسب و کار

RMS_Theta	NFI	D_G	D_LS	SRMR	شاخص برازش
کوچکتر یا مساوی ۰/۱۲	بیشتر از ۰/۸۰	بیشتر از ۰/۰۵	بیشتر از ۰/۰۵	کمتر از ۰/۰۵	مقدار پیشنهادی
۰/۱۱۶	۰/۹	۰/۲۱۳	۰/۴۶	۰/۰۴۸	مقدار برآوردی بوم گردی
۰/۰۵	۱/۲	۰/۰۸۹	۰/۴۰	۰/۰۴۱	فرشتگان کسب و کار

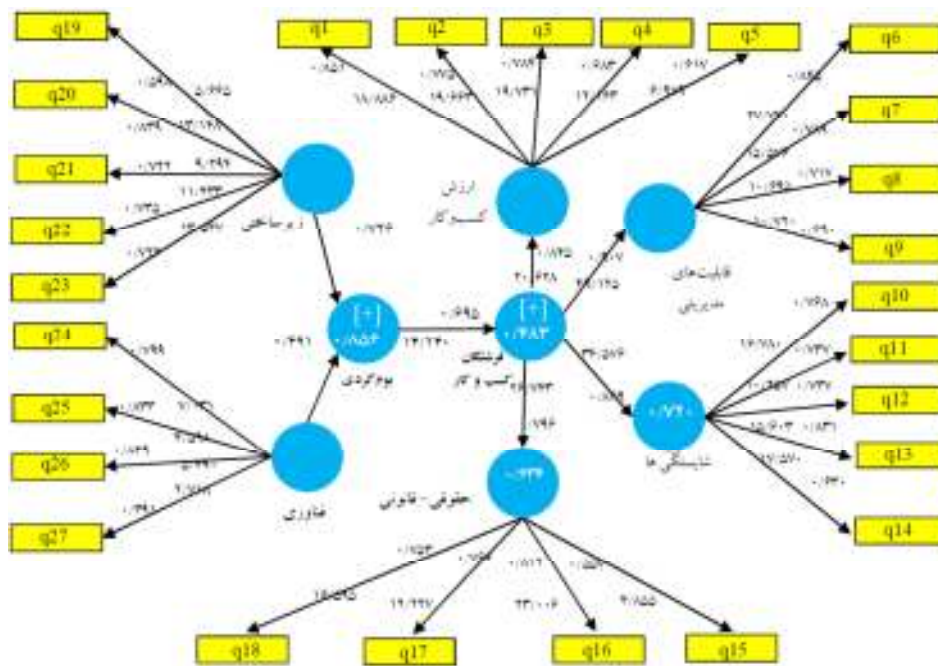
مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸

جدول ۵. واریانس تبیین شده مؤلفه‌های بوم‌گردی و فرشتگان کسب و کار

مقدار تأثیر	R Square	متغیر
قوی	۰/۷۱۴	ارزش کسب و کار
قوی	۰/۶۳۴	حقوقی قانونی
قوی	۰/۷۲۰	شاستگی‌ها
قوی	۰/۸۲۳	قابلیت‌های مدیریت
قوی	۰/۸۵۶	چالش‌های بوم‌گردی
قوی	۰/۵۸۳	فرشتگان کسب و کار

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸

جهت بررسی سؤالات پژوهش از مقادیر T استفاده شده است. در سطح اطمینان ۹۵ درصد اگر مقدار آمار T بیشتر از ۱/۹۶ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ باشد، فرضیه تایید می‌شود. در سطح اطمینان ۹۵٪ بر اساس نتایج جدول فوق، با توجه به اینکه مقدار آمار t بزرگتر از ۱/۹۶ است، می‌توان گفت ابعاد بوم‌گردی رابطه مثبت با جذب فرشتگان کسب و کار دارد. براین اساس کلیه متغیرها با ضریب مسیر مثبت نشان دهنده رابطه مثبت بین متغیرها بوده و تأثیر ابعاد بوم‌گردی بر جذب فرشتگان کسب و کار مورد تأیید و معنادار است.



نمودار ۱. مدل ساختاری تأثیر چالش های بوم گردی بر جذب فرشتگان کسب و کار در حالت استاندارد و معنی داری

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸

در جدول شماره ۶ اثر مستقیم (ضرایب مسیر β) یعنی اعداد روی مسیر، اثر غیرمستقیم و اثر کل هر بعد بر سایر متغیرها آورده شده است. اثر غیرمستقیم حاصل شده، کلیه ضرایب های موجود در هر مسیر بر مؤلفه نهایی می باشد. متغیرهای زیرساختی و فناوری به صورت مستقیم به ترتیب با ضرایب ۰/۷۲۶ و ۰/۴۹۱ بر جذب فرشتگان کسب و کار تأثیر گذار هستند. به صورت معمول زمانی که اثر یک متغیر به تنهایی سنجیده می شود بدون توجه به تأثیر سایر متغیرها، اثر بیشتری دارد که این همان اثر مستقیم است. اما در حقیقت متغیرهای مؤثر دیگری نیز وجود دارند که اثر یکدیگر را نیز تعدیل می کنند که این اثر غیر مستقیم کمتر از اثر مستقیم می باشد. در نهایت مجموع اثرات مستقیم و غیر مستقیم، اثر کل هر متغیر را نشان

می‌دهد. جدول شماره ۶ نشان دهنده مقدار هر یک از اثرات مستقیم، غیر مستقیم و اثر کل می‌باشد. کلیه اثرات مثبت و بیانگر رابطه مستقیم (در مقابل معکوس)، بر متغیرهای فرشتگان کسب و کار می‌باشند.

جدول ۶. انواع اثرات متغیرها و ضریب تاثیر ان ها

اثر کل	اثر غیر مستقیم	اثر مستقیم	مسیر	
۰/۶۹۵		۰/۶۹۵	فرشتگان کسب و کار	چالش‌های بوم گردی ←
۰/۵۸۷	۰/۵۸۷		ارزش کسب و کار	
۰/۵۵۴	۰/۵۵۴		حقوقی قانونی	
۰/۵۹۰	۰/۵۹۰		شایستگی‌ها	
۰/۶۳۱	۰/۶۳۱		قابلیت‌های مدیریت	
۰/۷۲۶		۰/۷۲۶	چالش‌های بوم گردی	زیرساخت ←
۰/۴۲۷	۰/۴۲۷		ارزش کسب و کار	
۰/۴۰۲	۰/۴۰۲		حقوقی قانونی	
۰/۴۲۸	۰/۴۲۸		شایستگی‌ها	
۰/۵۰۵	۰/۵۰۵		فرشتگان کسب و کار	
۰/۴۵۸	۰/۴۵۸		قابلیت‌های مدیریت	فناوری ←
۰/۴۹۱		۰/۴۹۱	چالش‌های بوم گردی	
۰/۲۸۹	۰/۲۸۹		ارزش کسب و کار	
۰/۲۷۲	۰/۲۷۲		حقوقی قانونی	
۰/۲۹۰	۰/۲۹۰		شایستگی‌ها	
۰/۳۴۱	۰/۳۴۱		فرشتگان کسب و کار	فرشتگان کسب و کار ←
۰/۳۱۰	۰/۳۱۰		قابلیت‌های مدیریت	
۰/۸۴۵		۰/۸۴۵	ارزش کسب و کار	
۰/۷۹۶		۰/۷۹۶	حقوقی قانونی	
۰/۸۴۹		۰/۸۴۹	شایستگی‌های فردی و ذاتی کارآفرین	
۰/۹۰۷		۰/۹۰۷	قابلیت‌های مدیریتی و سودآوری صنعت بوم گردی	

بحث و نتیجه گیری

مهمترین سؤالاتی که در این پژوهش به دنبال پاسخگویی به آنها بودیم این بود که آیا ابعاد زیرساخت صنعت بوم گردی و فناوری در این صنعت بر جذب فرشتگان کسب و کار

اثر گذارند؟ یافته‌های تحلیل‌های آماری نشان دهنده مثبت بودن پاسخ به این سؤالات است؛ به عبارت دیگر بر اساس یافته‌های این پژوهش می‌توان ادعا کرد که ابعاد زیرساخت و فناوری بر جذب فرشتگان کسب‌وکار اثرگذار هستند و می‌توان از ظرفیت‌های عوامل زیرساخت و فناوری برای ارزش آفرینی برای فرشتگان کسب‌وکار برای اقدام به سرمایه‌گذاری در سایت بوم‌گردی استفاده کرد. یافته‌های این پژوهش با مطالعات تی کر (۲۰۱۶)، اینجینر و همکاران (۲۰۱۹) و بلاک و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد که در تحقیقات خود به مؤثر بودن ابعاد زیرساخت و فناوری در سایت‌های نوپای بوم‌گردی بر جذب فرشتگان کسب‌وکار رسیده‌اند. در بخش کیفی و مصاحبه‌ها در مراحل تحقیق به شاخص‌های کلیدی از جمله: زیرساخت (حمل و نقل، زیست محیطی و ...)، فناوری (بلوغ تجارت الکترونیک، شبکه‌های اجتماعی، اینترنت، اپلیکیشن موبایل و ...)، در بحث کسب و کار (ارزش افزوده، نوآوری، مقیاس‌پذیری و ...)، قابلیت‌های مدیریتی و فناوری (سودآوری، مسولیت و ...)، شایستگی (آشنایی، تجربه، هنر مذاکره و ...)، حقوقی و قانونی (مالکیت معنوی، ریسک، موانع و ...)، که در قسمت یافته‌های کیفی به تحلیل تشریح گردیده‌اند. رایج‌ترین سنجه برای ارزیابی مدل ساختاری، ضریب تعیین (مقدار R^2) است که دقت پیش‌بینی مدل است و فقط برای متغیرهای درون‌زا ارائه می‌شود. نتایج ارائه‌شده در جدول ۶ نشان داد، ضریب تعیین متغیر نهفته فرشتگان کسب‌وکار برابر ۰/۵۸۳. که ۵۸ درصد از تغییرات متغیر مذکور توسط ابعاد زیرساخت و فناوری به صورت مسیر مستقیم قابل تبیین است؛ که نشان می‌دهد در میان ابعاد مختلف صنعت بوم‌گردی (که در این تحقیق به علت محدودیت‌ها به همه آنها پرداخته نشد)، بعد زیرساخت و فناوری اثرات قابل توجهی را بر متغیر وابسته دارند. بر اساس نتایج t مندرج در جدول ۷ در سطح اطمینان ۹۵٪ بر اساس نتایج جدول فوق، با توجه به اینکه مقدار آمار t بزرگتر از ۱/۹۶ است، می‌توان گفت چالش‌های بوم‌گردی (زیرساخت‌ها و فناوری) رابطه مثبت با جذب فرشتگان کسب‌وکار دارد. بر این اساس کلیه متغیرها با ضریب مسیر مثبت نشان دهنده رابطه مثبت بین متغیرها بوده و تأثیر ابعاد بوم‌گردی بر جذب فرشتگان کسب‌وکار مورد تایید و معنادار است. ارزش زیرساخت بیشترین تأثیر را بر جذب فرشتگان دارد و البته این تحلیل با

انتظارات تجربی همخوانی دارد زیرا ارزش زیر ساختی بر جذب فرشتگان کسب و کار هم داخل شرکت‌ها و هم بیرون از شرکت‌ها یعنی در سازمان‌های دولتی، کارآفرینی را توسعه داده و شبکه‌ای وسیع از روابط و شاخص‌های عملی و کاری خلق می‌کند؛ اما اینکه عوامل زیرساخت بتواند با رویکردها و شاخص‌های دیگر به ارزش بالاتری از کارآفرینی گردشگری دست یابد تحلیلی است که به نوبه خود می‌تواند به‌عنوان پیشنهادی برای مطالعات آتی با رویکرد و مشارکت همه جانبه مؤلفه‌های مؤثر دیگر صنعت بوم گردی منظور شود. شاخص‌های زیرساخت همچون حمایت دولتی از زیرساخت حمل و نقل و امنیتی در سایت بوم گردی، سرمایه گذاری بخش خصوصی در قالب شرکت‌های خدماتی رفاهی و بهداشتی در منطقه بوم گردی، مدیریت خلاق دستگاه ذیربط در امور فرهنگی و اجتماعی جهت حمایت از کارآفرین و برگزاری دوره‌های آموزشی زیست‌محیطی جهت آشناسازی ذینفعان در منطقه بوم گردی با مزایای بوم گردی و نحوه راه‌اندازی کسب و کار در این حوزه می‌تواند به کارآفرینان در جذب فرشتگان کسب و کار کمک کند؛ از سوی دیگر، بلوغ تجارت الکترونیک در فرایندهای تصمیم‌گیری صنعت بوم گردی، استراتژی بازاریابی شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی توسط کارآفرینان، شبکه‌های مخابراتی و ضریب نفوذ اینترنت در سایت بوم گردی در مورد کیفیت خدمات گردشگری به گردشگران با حمایت دستگاه‌های ذیربط جهت حمایت از کارآفرینان و کانال‌های ارتباط الکترونیک (داشتن وب‌سایت، اپلیکیشن موبایل) در مناطق بوم گردی جزو شاخص‌های فناوری در مناطق بوم گردی محسوب می‌شوند و موجب می‌شوند تا احتمال جذب سرمایه فرشته کسب و کار به علت کاهش تضادهای منافع در صنعت بوم گردی بالاتر رود. فرشتگان کسب و کار «قابلیت‌های مدیریت و سودآوری» کارآفرین را در هنگام اقدام برای تصمیم‌گیری جهت سرمایه گذاری در کسب و کار در نظر می‌گیرند. پیش از همه، سودآوری صنعت بوم گردی برای آنها مهم است؛ چرا که در صورت وجود صنعت سودآور رقیب، ممکن است تصمیم بگیرند بر روی آن صنعت سرمایه گذاری کنند؛ اما اگر به این نتیجه برسند که در صنعت بوم گردی سرمایه گذاری کنند، آنگاه باید بین کارآفرینان فعال در آن صنعت اقدام به انتخاب کنند. صورت‌های

مالی که نشان از سودآوری کارآفرین در صنعت بوم گردی دارد می توان شاخص خوبی برای جذب فرشته باشد. همچنین قدرت تصمیم گیری کارآفرین در شرایط بحرانی و مسئولیت پذیری اجتماعی کارآفرین می تواند شاخص های بعدی برای جذب فرشته کسب و کار باشد. به عنوان مثال، اگر کارآفرین در ارائه خدمات بوم گردی از سیستم های سرمایه گذاری و گرمایش پاک و سبز استفاده کند و تا حد امکان از ظروف یکبار مصرف استفاده نکند نسبت به سایر کارآفرینانی که چنین مسئولیت اجتماعی را ندارند در جذب فرشته کسب و کار موفق تر است. فرشتگان کسب و کار علاوه بر ارزش کسب و کار و شایستگی های مدیریتی و سودآوری به شایستگی های فردی و ذاتی خود کارآفرین نیز توجه می کنند. بر اساس یافته های این تحقیق، کارآفرینی که بر اصول کسب و کار محلی تسلط داشته باشد؛ نسبت به بوم گردی مشتاق بوده و بتواند این شور و اشتیاق را بروز دهد؛ تجربه قبلی موفق در این حوزه داشته باشد؛ در اولین برخورد، خود را در نظر فرشته کسب و کار خوب جلوه داده و در نهایت در مذاکرات کسب و کار دارای تبحر و هنر اقناع طرف مذاکره باشد. چهارمین مؤلفه ای که فرشتگان کسب و کار هنگام تصمیم گیری برای سرمایه گذاری در صنعت بوم گردی در نظر می گیرند، شرایط حقوقی-قانونی موجود در منطقه بوم گردی است. اگر طرح کسب و کار کارآفرین در صنعت بوم گردی دارای مالکیت معنوی باشد با به وجود آوردن نوعی انحصار سودآوری آینده را تضمین می کند. همچنین، ریسک قانونی سرمایه گذاری در صنعت بوم گردی هرچه کمتر باشد، احتمال شکست سرمایه گذاری در این صنعت را کاهش می دهد. طبق مصاحبه های میدانی و دریافت اطلاعات از کارآفرینان صنعت بوم گردی، در شرایط حاضر نقش فرشتگان کسب و کار لازم و ضروری است چون در غیر این صورت اکثر آنان بنا به مسائل مالی، به زودی از دور خارج خواهند شد؛ همچنین، نتایج این تحقیق همچنین حاکی از آن است که مناطق بوم گردی استان کرمانشاه با چالش هایی همچون موارد زیر مواجه هستند: فقدان زیرساخت ارتباطی مناسب، عدم وجود اپلیکیشن های موبایل مناسب جهت راهنمایی گردشگران، مدیریت ضعیف و ناآشنا با اصول صنعت بوم گردی، توان مالی ضعیف کارآفرینان در شرایط تورمی موجود، عدم زیرساخت های رفاهی همچون اماکن اغذیه فروشی

مناسب و استاندارد، سیستم‌های مخابراتی و اینترنتی ضعیف در سایت‌های بوم گردی، فقر زیرساخت‌های فرهنگی و ناآشنایی مدیران سایت‌های بوم گردی در ارائه فرهنگ اصیل بومی منطقه و احداث مناطق بوم گردی به روش نوین که با تعریف بوم گردی در تضاد است. همچنین فقدان برنامه‌ریزی منسجم و نبود ترسیم از چشم انداز وضعیت مطلوب بوم گردی در آینده، پایین بودن سطح آگاهی، ضعف مدیریتی از جمله دیگر چالش‌های پیش روی فرشتگان کسب و کار در حوزه بوم گردی می‌باشد.

پیشنهادها

- ◀ تعامل سازمان‌های ذینفع دولتی با بانکهای عامل جهت ارائه تسهیلات به کارآفرینان؛
- ◀ حمایت از شرکت‌های دانش بنیان دیجیتال در صنعت بوم گردی استان در جهت ایجاد وبگاه‌های اینترنتی، اپلیکیشن‌های موبایل چندزبانه در جهت معرفی سایت‌های بوم گردی؛
- ◀ فراهم کردن امکانات زیرساخت مناسب در سایت‌ها با همکاری بخش خصوصی و دولتی همچون احداث سرویس‌های بهداشتی، مراکز درمانی و ... در سایت بومگردی.
- ◀ تعامل سازمان‌های دولتی ذیربط با شرکت مخابرات زیرساخت و اپراتورهای تلفن همراه جهت احداث آنتن‌های BTS در سایت‌های بومگردی جهت تسهیل دسترسی به اینترنت؛
- ◀ برگزاری همایش‌ها و جلسات با حضور ذینفعان، فرشتگان کسب و کار، دانشگاهیان، محققان، نمایندگان دولت و میزبان منطقه در خصوص دستیابی به یک برنامه جامع بومگردی؛
- ◀ الگوبرداری از استان‌های موفق و سایت‌های کشورهای در حال توسعه در زمینه بوم گردی؛
- ◀ آموزش کارآفرینی درحوزه بوم گردی در منطقه به ارتقاء سطح مهارت‌های کارآفرینانه افراد؛
- ◀ تولید محتوای آموزشی دیجیتال و آموزش مبانی بوم گردی به کارآفرینان و مردم بومی.

منابع

- احمدی کافشانی، ع؛ رضوانی، م، چیت سازان، و محمد کاظمی، ر (۱۳۹۷)، "واکاوی آمیخته بازاریابی کارآفرینانه در تأمین مالی از فرشتگان کسب و کار"، توسعه کارآفرینی، ۱۱(۴): ۶۴۰-۶۲۱.
- حساس یگانه، ی و افخمی، ع (۱۳۹۷)، "مدل سازی رفتاری تصمیمات سرمایه گذاری فرشتگان کسب و کار (سرمایه گذار)"، دانش سرمایه گذاری، ۷(۲۸): ۳۲۹-۳۱۳.
- سلیمانی مقدم، م و اسلامی، ق (۱۳۹۰)، "نقش زیرساخت های اقامتی در فعالیت های گردشگری شهر رشت"، چشم انداز جغرافیایی (مطالعات انسانی)، ۶(۱۷): ۱۱۵-۱۰۵.
- هاشمی نکو، س ع؛ مبارکی، م ح، رضایان، ع و ایمانی پور، ن (۱۳۹۷)، "اهداف، باورها و فرآیند تصمیم گیری فرشتگان کسب و کار"، توسعه کارآفرینی، ۱۱(۳): ۵۶۱-۵۸۰.
- Agyeman, Y. B., Yeboah, A. O., & Ashie, E. (2019). Protected areas and poverty reduction: The role of ecotourism livelihood in local communities in Ghana. *Community Development*, 50(1), 73-91.
- Ajake, A. O., & Amalu, T. E. (2012). The relevance of tourism on the economic development of Cross River state, Nigeria. *Journal of Geography and Regional Planning*, 5(1), 14-20.
- Aliani, H., Kafaky, S. B., Saffari, A., & Monavari, S. M. (2016). Determining an appropriate method for the purpose of land allocation for ecotourism development (case study: Taleghan County, Iran). *Environmental monitoring and assessment*, 188(12), 651.
- Bogicevic, V., Seo, S., Kandampully, J. A., Liu, S. Q., & Rudd, N. A. (2019). Virtual reality presence as a preamble of tourism experience: The role of mental imagery. *Tourism Management*, 74, 55-64.
- Cabral, C., & Dhar, R. L. (2020). Ecotourism research in India: from an integrative literature review to a future research framework. *Journal of Ecotourism*, 19(1), 23-49.
- Dibrova, A. (2015). Business angel investments: risks and opportunities. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 207, 280-289.
- Edelman, L. F., Manolova, T. S., & Brush, C. G. (2017). Angel investing: A literature review. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 13(4-5), 265-439.
- Engineer, M. H., Schure, P., & Vo, D. H. (2019). Hide and seek search: Why angels hide and entrepreneurs seek. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 157, 523-540.
- Fan, D. X., Zhang, H. Q., Jenkins, C. L., & Tavitiyaman, P. (2017). Tourist typology in social contact: An addition to existing theories. *Tourism Management*, 60, 357-366.
- Ghosh, P., & Ghosh, A. (2019). Is ecotourism a panacea? Political ecology perspectives from the Sundarban Biosphere Reserve, India. *GeoJournal*, 84(2), 345-366.
- Hall, C. M. (2014). *Tourism and social marketing*. Routledge.

- Piuchan, M., Chan, C. W., & Kaale, J. (2018). Economic and socio-cultural impacts of Mainland Chinese tourists on Hong Kong residents. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(1), 9-14.
- Hsu, P. H. (2019). Economic impact of wetland ecotourism: An empirical study of Taiwan's Cigu Lagoon area. *Tourism Management Perspectives*, 29, 31-40.
- Hua, L. Y., Ramayah, T., Ping, T. A., & Jun-Hwa, C. (2017). Social media as a tool to help select tourism destinations: The case of Malaysia. *Information Systems Management*, 34(3), 265-279.
- Kim, S. E., Lee, K. Y., Shin, S. I., & Yang, S. B. (2017). Effects of tourism information quality in social media on destination image formation: The case of Sina Weibo. *Information & management*, 54(6), 687-702.
- Lee, J. H. (2019). Conflict mapping toward ecotourism facility foundation using spatial Q methodology. *Tourism Management*, 72, 69-77.
- Mason, C. M., & Harrison, R. T. (2015). Business angel investment activity in the financial crisis: UK evidence and policy implications. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 33(1), 43-60.
- Naithani, S., & Saha, A. K. (2019). Changing landscape and ecotourism development in a large dam site: a case study of Tehri dam, India. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(3), 193-205.
- Prowse, S. (1998). Angel investors and the market for angel investments. *Journal of Banking & Finance*, 22(6-8), 785-792.
- Saltz, D., Berger-Tal, O., Motro, U., Shkedy, Y., & Raanan, N. (2019). Conservation implications of habituation in Nubian ibex in response to ecotourism. *Animal Conservation*, 22(3), 220-227.
- Shane, S. (2008). *Fool's Gold? The truth behind angel investing in America*. Oxford University Press.