

Analysis of Entrepreneurial Value Chain in Ecotourism Enterprises: Technological Startups Development Approach

Ali Momeni¹, Seyyed Mohammadreza Hosseini^{2*}, Mohmoudreza Cheraghali³

¹Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

²Department of Economic, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran,
Email: dr.mohammadreza.hosseini.2022@gmail.com

³ Department of Management and Economics, Golestan University, Gorgan, Iran.

Article Info

Article type:
Research Full Paper

Article history:
Received: 17.01.2022
Revised: 04.08.2022
Accepted: 21.08.2022

Keywords:
Entrepreneurial value chain
Technological startups
Eco-Resorts Enterprises
Interpretive ranking
process

ABSTRACT

Technological start-ups in the field of tourism are a new type of established companies or firms that try to help entrepreneurs and investors in the field of tourism to achieve growth and sustainability based on new knowledge and technology. This research was conducted with the aim of analyzing the entrepreneurial value chain in ecotourism enterprises with the approach to technological startup. In this research, the components (dimensions of the development of technological startup infrastructures in the field of ecotourism) and research propositions (propositional topics of entrepreneurial value chain functions in this field) were identified with the participation of 15 experts in the field of entrepreneurship and tourism. In the quantitative phase, the identified components and propositions in the form of matrix questionnaires were interpreted by 18 key informants (founders and managers of technological startups in the field of ecotourism in Golestan province) by interpretive ranking process (IRP). The results showed that the proposition of human resource function as the most effective theme of entrepreneurial value chain functions in ecotourism, which leads to the development of economic capacity as a main component of technological startups of ecotourism. This result shows that under the most influential proposition of the entrepreneurial value chain in tourism, explicitly, the functioning of human resources, the most probable scalable dimension of the infrastructure of technological startups in the area of ecotourism is economic capacity. In other words, with the development of human resources in technological startups in the field of ecotourism, it is possible to develop and exploit economic capabilities in the value chain of these enterprises (such as employment creation, income generation, firm growth, investment, asset, and brand development, etc.).

Cite this article: Momeni, A., Hosseini, S.M.R., Cheraghali, M.R. 2022. Analysis of Entrepreneurial Value Chain in Ecotourism Enterprises: Technological Startups Development Approach. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 9 (4), 129-148.



© The Author(s).

DOI: 10.22069/jead.2022.19847.1567

Publisher: Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

واکاوی زنجیره ارزش کارآفرینانه در کسب و کارهای بوم‌گردی: رویکرد کسب‌وکارهای نوپای فناورانه

علی مومنی^۱، سیدمحمدرضا حسینی^{۲*}، محمودرضا چراغعلی^۳

^۱گروه مدیریت، واحد علی آباد کنول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کنول، ایران.

^۲گروه اقتصاد، واحد علی آباد کنول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کنول، ایران. رایانامه: dr.mohammadreza.hosseini.2022@gmail.com

^۳گروه مدیریت و اقتصاد، دانشگاه گلستان، گلستان، ایران.

| اطلاعات مقاله | چکیده |
|---|--|
| نوع مقاله: مقاله کامل علمی - پژوهشی | کسب‌وکارهای نوپای فناورانه (استارت‌آپ‌های فناورانه) در حوزه‌ی، گردشگری گونه جدیدی از شرکت‌های تازه تأسیس یا کارآفرین می‌باشند که برپایه دانش و فناوری نوین تلاش دارند تا به کارآفرینان و سرمایه‌گذاران حوزه گردشگری جهت رسیدن به رشد و پایداری یاری رسانند. این پژوهش با هدف واکاوی زنجیره ارزش کارآفرینانه در حوزه بوم‌گردی با رویکرد توسعه کسب‌وکارهای نوپای فناورانه انجام شد. در این پژوهش به شناسایی مولفه‌ها (ابعاد توسعه‌ی زیرساخت‌های کسب‌وکارهای نوپای فناورانه‌ی در حوزه بوم‌گردی) و گزاره‌های پژوهش (مضامین گزاره‌ای کارکردهای زنجیره ارزش کارآفرینانه در این حوزه) با مشارکت ۱۵ نفر از متخصصان دانشگاهی حوزه کارآفرینی و گردشگری اقدام شد. در مرحله کمی، مولفه‌ها و گزاره‌های شناسایی شده در قالب پرسشنامه‌های ماتریسی توسط ۱۸ نفر از مطلعان کلیدی (مدیران و بینندگان کارآفرینان کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در سطح استان گلستان) مورد رتبه‌بندی تفسیری قرار گرفتند. نتایج پژوهش نشان داد گزاره‌ی کارکرد منابع انسانی به عنوان تأثیرگذارترین مضامین کارکردهای زنجیره ارزش کارآفرینانه در گردشگری می‌باشد که باعث توسعه‌ی ظرفیت اقتصادی به‌عنوان مولفه‌ی کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی می‌شود. این نتیجه نشان می‌دهد با توجه به تأثیرگذارترین گزاره‌ی زنجیره ارزش کارآفرینانه در گردشگری یعنی، کارکرد منابع انسانی، محتمل‌ترین بُعد قابل توسعه زیرساختی کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی، ظرفیت اقتصادی می‌باشد. به عبارت دیگر، با توسعه منابع انسانی در کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی می‌توان به توسعه و بهره‌برداری از قابلیت‌های اقتصادی در زنجیره ارزش این کسب‌وکارها (نظیر اشتغال‌زایی، درآمدطایی، رشد کسب‌وکار، سرمایه‌گذاری، توسعه نمانام و دارایی‌ها، غیره) دست یافت. |
| واژه‌های کلیدی: زنجیره ارزش کارآفرینانه کسب‌وکارهای نوپای فناورانه کسب و کارهای بوم‌گردی فرآیند رتبه‌بندی تفسیری | |

استناد: مومنی، ع.، حسینی، س.م.ر.، چراغعلی، م.ر. (۱۴۰۱). واکاوی زنجیره ارزش کارآفرینانه در کسب و کارهای بوم‌گردی: رویکرد کسب‌وکارهای نوپای فناورانه. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۹ (۴)، ۱۲۹-۱۴۸.

DOI: 10.22069/jead.2022.19847.1567



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

مقدمه

از دیدگاه اتحادیه بین‌المللی حفاظت از طبیعت، بوم‌گردی «سفری مسئولانه و دوست‌دار محیط زیست، به منظور لذت بردن و قدردانی از طبیعت می‌باشد که با حفظ منابع و چشم‌اندازهای طبیعی توأم است و در طی آن، ردپای اندکی از گردشگران و مسافران در طبیعت باقی می‌ماند» (نعمتی و همکاران، ۱۳۹۷). با توجه به این تعریف می‌توان بیان داشت رشد بوم‌گردی در صنعت گردشگری با سه هدف اصلی حفظ سلامت محیط‌زیست بومی، کمک به رفاه مردم محلی و کسب تجربه‌ای با کیفیت از گردشگری برای مسافر انجام رو به گسترش است. از مصداق‌های موفق و مطرح بوم‌گردی در جهان می‌توان به وبسایت «ایری‌ان‌بی» اشاره داشت که افراد می‌توانند با انتخاب یک خانه در این سایت و مذاکره با میزبان خود، یک مکان محلی با پذیرایی مد نظر داشته باشند. در حوزه بوم‌گردی، کسب‌وکارهای نوپا یا استارت‌آپ‌ها نقش مؤثری ایفا می‌کنند. استارت‌آپ‌ها اغلب شرکت‌های کوچک و یا در نهایت متوسطی هستند که با ارائه طرح‌های نوآورانه همواره به دنبال ارائه کالاها و خدمات نوین در بازار می‌باشند (شهرابی و همکاران، ۱۳۹۸). بر حسب تعاریف صاحب‌نظران، چند برداشت از استارت‌آپ‌ها را می‌توان ارایه نمود: در تعریف اول استارت‌آپ‌ها به عنوان شرکت‌هایی با هدف رشد سریع در یک بازار یا موقعیت خاص معرفی شده‌اند (Tripathi et al., 2019). همچنین، استارت‌آپ‌ها نهادی انسانی برای خلق محصول یا خدمتی نو در شرایط عدم‌احتمال می‌باشند. از این منظر، بر معرفی و توسعه‌ی راه‌کارهای خلاقانه از سوی استارت‌آپ‌ها تاکید شده است (Deng and Wang, 2020). استارت‌آپ‌ها کسب‌وکارهای نوپایی می‌باشند که تلاش دارند محصولاتی را به بازار ارایه دهند که احتمال موفقیت بیشتری داشته باشند و از

گروهی افراد متخصص تشکیل شده که برای یافتن یک مدل کسب‌وکار معتبر با هم همکاری و هفکری دارند. در واقع استارت‌آپ‌ها سازوکار با ارزش بهره‌گیری از دانش در فرآیند نوآوری به حساب می‌آیند و به تدریج با توسعه زیرساخت‌های کارآفرینی، به منبعی از نوآوری بدل شده‌اند، چراکه آن‌ها فناوری‌های نوظهور را در جهت اختراع محصولات و الگوهای جدید کسب و کار بکار می‌برند (Gackstatter et al., 2014). استارت‌آپ‌ها همیشه در حوزه فناوری اطلاعات نیستند و در حوزه‌های مختلف از جمله گردشگری فعال هستند (Elmo et al., 2020). استارت‌آپ در حوزه گردشگری یعنی کسب و کاری که فعالیتی جدید در گردشگری به وجود آورده که تاکنون نبوده و با ایده‌پردازی و بهره‌گیری از فناوری در بازار به موفقیت می‌رسد. صنعت گردشگری از جمله حوزه‌هایی است که با کمک استارت‌آپ‌های خلاق، علاقمندان زیادی را چه در نقش سرمایه‌گذار و کارآفرین و چه در نقش مخاطب به خود جذب کرده است (جعفری، ۱۳۹۷).

فناوری، یکی از مزیت‌ها و قابلیت‌های جدانشدنی استارت‌آپ‌ها به شمار می‌رود. امروزه استارت‌آپ‌های فناورانه بخش جدانشدنی از زنجیره ارزش برخی حوزه‌ها هستند و بسیاری از پیشرفت‌های علمی به کمک آنها اتفاق می‌افتد. به‌منظور توسعه سریع در صنعت گردشگری و رونق بخشیدن به کسب‌وکارهای گردشگری باید از فناوری بهره برد و ضرورت دارد تا برنامه‌ها و طرح‌های توسعه‌ای در حوزه گردشگری مبتنی بر علم و دانش و فناوری سیاست‌گذاری و اجرا گردد (جعفری، ۱۳۹۷).

استارت‌آپ‌ها با خلق ایده‌های نو در بخش‌های مختلف کسب و کار در جوامع، تحولات زیادی ایجاد کرده‌اند و در این میان در صنعت گردشگری نیز با کمک به جذب گردشگر و معرفی جاذبه‌ها

بین‌المللی برای رتبه‌بندی توسعه‌یافتگی کشورها، به ارزیابی شاخص نوآوری و کارآفرینی می‌پردازند (Dutta et al., 2021).

توسعه کسب‌وکارهای نوپا در حوزه مختلف مستلزم شکل‌گیری زنجیره‌های ارزش کارآفرینانه است. در واقع، کسب‌وکارهای نوپای فناور در امتداد این زنجیره ظهور نموده و رشد می‌یابند (مرادنژادی و همکاران، ۱۳۹۸). زنجیره ارزش کارآفرینانه برآیند یک زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری رشدیافته است که فرصت‌های متنوعی را برای شکل‌گیری کسب‌وکارهای نوپای فناور ارائه می‌دهند (خان احمدلو و همکاران، ۱۳۹۹). رابطه کسب‌وکارهای نوپا و زنجیره‌های ارزش کارآفرینانه از نوع رابطه هم‌تکاملی است. به عبارت دیگر، کسب‌وکارهای نوپای فناور عامل رشد و پایداری زنجیره ارزش کارآفرینانه هستند و همزمان، در پرتو زنجیره‌های ارزش کارآفرینانه، دسترسی هموارشده کارآفرینان نوآور به فرصت‌های متنوع و خدمات حمایتی توأم با رقابت برای کسب ارزش افزوده، عاملی برای تحریک شکل‌گیری و رشد این کسب‌وکارها است. خصیصه رقابت توأم با همکاری کسب‌وکارهای نوپای فناور در پرتو زنجیره ارزش کارآفرینانه شکل می‌گیرد (مرادنژادی و همکاران، ۱۳۹۸). علاوه بر مزیت‌های اقتصادی، در توسعه بوم‌گردی به شیوه‌ای پایدار همزمان با تلاش برای تبدیل ایده‌های فناورانه به خدمات نوین قابل رقابت در بازار از مجرای کسب‌وکارهای نوپای فناور در این حوزه، نیاز است به مسائل محیط زیست هم توجه شود تا معیشت پایدار اجتماع محلی بر اساس آن استوار گردد (عبدالله‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴). راه‌اندازی کسب‌وکارهای بوم‌گردی در نواحی روستایی در مقایسه با نواحی شهری، کم‌هزینه‌تر و متناسب با سطح سرمایه‌گذاری جامعه‌ی محلی است. در صورت ارائه خدمات با کیفیت و

می‌توانند موثر واقع شوند (رحمان سرشت و همکاران، ۱۳۹۸). استارت‌آپ‌ها با خلق ایده‌های نوآورانه تلاش می‌کنند تغییراتی در بازار و شیوه‌های سنتی کسب‌وکار ایجاد کنند. مهم‌ترین نکته در راه‌اندازی یک استارت‌آپ شناسایی نیاز جامعه است و با وجود یک ایده نو و ابتکاری این مسیر آغاز می‌شود (Dijkstra et al., 2021). در اقتصاد مبتنی بر نوآوری، بهره‌گیری از دانش و فناوری عامل تعیین‌کننده‌ی دستیابی کشورها به رشد و توسعه در حوزه‌های مختلفی همچون گردشگری می‌باشد (Gackstatter et al., 2014).

بنیانگذاران استارت‌آپ‌ها، نگاه ویژه‌ای به مزیت‌های نسبی، جاذبه‌های زیست‌بوم و قابلیت‌های پویای قابل توسعه و یا بهره‌برداری دارند (شریف‌زاده و عبدالله‌زاده، ۱۳۹۹). هر منطقه‌ای با دارا بودن طبیعت و اقلیم خاص خود، آداب و رسوم، آثار باستانی و تاریخی دارای پتانسیلی برای جذب گردشگر است. بر این اساس، یافتن ایده‌های مناسب و جدید در قالب نوکسب‌وکارهای گردشگری، سهم بسیار مهمی در جذب گردشگر و اقتصاد آن منطقه خواهد داشت. این سطح از اقتصاد به‌واسطه‌ی فراگیری جذب دانش، تمامی ظرفیت‌های توسعه برای پایداری را به‌کار خواهد گرفت تا بر اساس آن تولید و ارائه‌ی خدمات نوآورانه و فرهنگی، جایگزین محصولات طبیعی همچون تولیدات مبتنی بر بهره‌برداری از منابع طبیعی (همانند تولیدات کشاورزی) و یا استخراج منابع (همانند نفت) خواهد شد (پاداش و همکاران، ۱۳۹۶) و از این طریق، زمینه تنوع‌بخشی و پایداری معیشت محلی فراهم شود. هنگامی که کارآفرینی و نوآوری مبتنی بر دانش و فناوری‌های جدید در حوزه گردشگری شکل گیرد، اقتصاد از پویایی بیشتری برای رسیدن به بهره‌وری برخوردار خواهد بود (O'Brien et al., 2019). اهمیت این رویکرد به حدی است که امروزه موسسه‌های

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

صنعت گردشگری به عنوان یکی از ده صنعت برتر جهان در چرخه اقتصادی نقش به سزایی را ایفا می‌کند، یکی از بخش‌های مهم تولید درآمد ارزی است (شکری‌زاده و عشقان ملک، ۱۳۹۷). در امر توسعه گردشگری طبیعت مقصدهایی موفق خواهند بود که اهمیت زنجیره ارزش را درک کنند (شهبازی و حجاریان، ۱۳۹۸). زندگی در دنیای مدرن منجر به جستجوی روش‌های مدرن برای ایجاد سهولت در کار گردشگری شده است. به دلیل اینکه صنعت گردشگری از بازیگران مختلفی تشکیل شده، تعیین حوزه فعالیت و جایگاه هر یک از این بازیگران امری اجتناب‌ناپذیر است (میر و همکاران، ۱۳۹۴). زنجیره ارزش، زنجیره‌ای است که همه فعالیت‌های مرتبط با جریان کالا و تبادل مواد، از مرحله تهیه ماده اولیه تا مرحله تحویل کالای نهایی به مصرف کننده را شامل می‌شود. فعالیت‌های یک زنجیره ارزش می‌تواند درون یک شرکت یا در میان شرکت‌های مختلف تقسیم شده باشند (حقیقت، ۱۳۹۰).

مروور پیشینه‌نگاشته‌ها درباره زنجیره ارزش گردشگری، شکاف‌هایی را برای تحقیقات بیشتر بویژه مطالعه صنعت گردشگری به‌عنوان یک زنجیره ارزش یکپارچه آشکار می‌سازد (Yılmaz and Bititci, 2006). در ادامه به برخی پژوهش‌های مرتبط با موضوع اشاره شده است.

حسینی‌نیا و علی‌آبادی (۱۳۹۸) گزارش کردند که هدف از بررسی زنجیره‌ی ارزش، تجزیه و تحلیل کلیه‌ی فرآیندها شامل فعالیت‌های اصلی و پشتیبانی و زیرساخت‌های مختلف این گونه فعالیت‌هاست که برای یک محصول در ایجاد ارزش افزوده نقش اساسی ایفا می‌کنند. شهرکی و همکاران (۱۳۹۸) بیان کردند که از کاربردهای بررسی زنجیره‌ی ارزش

تامین رضایت مشتری، گردشگران تمایل دارند دوباره از اقامتگاه‌های بوم‌گردی بازدید کنند. بنابراین، نوآوری مبتنی بر فناوری و مدیریت کیفیت خدمات می‌تواند عاملی برای توسعه این کسب‌وکارها باشد (لطیفیان و همکاران، ۱۳۹۹).

در مناطق مختلف ایران، از جمله استان گلستان، ظرفیت‌هایی برای توسعه بوم‌گردی و فرصت‌هایی برای شکل‌گیری و رشد کسب‌وکارهای نوپا مبتنی بر فناوری وجود دارد. توسعه کسب‌وکارهای نوپا در حوزه بوم‌گردی از یک‌سو مستلزم شناخت و بهره‌برداری توأم با حفظ خدمات زیست‌بوم، تنوع زیستی، چشم‌اندازهای طبیعی و نیز، میراث فرهنگی اجتماعات محلی است و از دیگر سو، نیازمند سرمایه‌گذاری، شکل‌دهی زنجیره تامین و عرضه کارآمد و در کل، توسعه زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری در این حوزه است (Gössling, 1999; Lambooy and Levashova, 2011). درک این پیچیدگی‌ها مستلزم پژوهش روش‌مند است. بنابراین، هدف این پژوهش واکاوی زنجیره ارزش کارآفرینانه در کسب‌وکارهای بوم‌گردی با رویکرد توسعه کسب‌وکارهای نوپای فناورانه می‌باشد. برای تحقق این هدف، پرسش‌های زیر طرح و پیگیری شده است:

۱. مولفه‌های توسعه‌ی زیرساخت‌های کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی بر مبنای فرآیند تحلیل تفسیری کدامند؟

۲. مضامین کارکردهای زنجیره ارزش کارآفرینانه در کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی به عنوان مرجع در تحلیل تفسیری کدامند؟

۳. اثربخش‌ترین بُعد توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی براساس وجود کارکردهای زنجیره ارزش کارآفرینانه کدامند؟

می‌توان به تجزیه و تحلیل فرآیندهای ذکر شده در طول زنجیره تأمین، تولید، توزیع و شناسایی و بررسی سهم هر یک از فرآیندها در ارزش نهایی محصول، مقایسه با محصولات و فرایندهای مشابه و مشخص ساختن نقاط قوت و ضعف هر یک از فرآیندها در شکل‌گیری ارزش نهایی محصول اشاره کرد تا با رفع ضعف‌ها و تقویت نقاط قوت، شرایط مناسب‌تری برای محصول در فضای رقابتی فراهم نمود. مرادنژادی و همکاران (۱۳۸۹) در قالب پژوهش کاربردی با هدف تدوین و کاربست چارچوبی برای ارزیابی زیست‌بوم کسب‌وکارهای نوپای فاوا در استان ایلام با بهره‌گیری از روش آمیخته اکتشافی، چارچوبی در سه سطح مؤلفه‌ها، ابعاد و نشانگرهای زیست‌بوم تدوین و هفت مؤلفه (سیاست، تأمین مالی، فرهنگ، پشتیبانی، سرمایه انسانی، بازار و جذابیت محیطی) را معرفی کرده‌اند. ارزیابی وضعیت زیست‌بوم کسب‌وکارهای نوپای مورد مطالعه نشان داد که بیشترین میزان شکاف در ابعاد دولت، بیمه و مالیات، سرمایه مالی، الگوسازی فرهنگی، خدمات حمایتی و شبکه استارت‌آپی وجود دارد.

احمدامینی و همکاران (۱۳۸۹) اذعان کردند که کارآفرینی عبارت است از ایجاد کسب و کار جدید که با خطرپذیری و عدم قطعیت همراه است. کارآفرینی عامل خلق ثروت، خلق کسب و کار، خلق نوآوری، خلق تغییر، خلق کار، خلق ارزش و خلق رشد می‌باشد. این فرآیند شامل جستجو و پیگیری فرصت و حداکترسازی ارزش ناشی از آن است. کارآفرینی تمایل به کار گروهی، خطرپذیری، ایجاد، هدایت، اجرا، پیگیری نوآوری به منظور حداکترسازی ارزش حاصل از فرصت بدون توجه به محدودیت مدل‌ها، ساختار یا منابع موجود است. مدیریت کیفیت خدمات یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی به‌عنوان یکی از

کسب‌وکارهای اصلی بخش گردشگری در نواحی روستایی است. از این منظر، لطیفیان و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی به بررسی تاثیر کیفیت خدمات گردشگری بر تمایل به بازگشت به اقامتگاه‌های بوم گردی در استان گلستان پرداخته‌اند. نتایج نشان داد تمامی مولفه‌های کیفیت خدمات (محتوا، زمینه و رفتار) بر تمایل به بازگشت گردشگران به اقامتگاه - های بوم گردی تاثیر مستقیمی دارند. شریف‌زاده و عبدالله‌زاده (۱۳۹۹)، با بهره‌گیری از روش شناسی آمیخته در چند مرحله به نداشت زیست‌بوم نوآفرینی در استان گلستان پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق نشان داد هفت مؤلفه نقش تعیین‌کننده در ترسیم زیست‌بوم نوآفرینی کشاورزی در استان گلستان دارند که عبارت‌اند از: توسعه‌یافتگی منطقه‌ای؛ شبکه اجتماعی نوآفرینی؛ عملکرد اجتماعی؛ قابلیت‌های کارآفرینانه نوآفرینان؛ رویدادهای فرهنگی ترویجی؛ تحقق نظام آموزش کارآفرینانه و مزیت مکانی. همچنین، بر اساس روش سناریونگاری ۲۹ وضعیت ممکن و محتمل در آینده زیست‌بوم نوآفرینی کشاورزی تعریف گردید. سرانجام با استفاده از نرم‌افزار سناریو ویزارد، یک سناریوی مطلوب (شکفتن بهاری)، یک سناریوی بینابین مبتنی بر ادامه وضع موجود (خزان پاییزی) و یک سناریوی بسیار بحرانی (خواب زمستانی)؛ یعنی در مجموع سه سناریوی باورکردنی استخراج و معرفی شد.

دولت‌ها در سرتاسر جهان دیدگاه‌هایی را درباره گذار به سمت اقتصاد زیست‌محور (اقتصاد زیستی) مطرح کرده‌اند. این دیدگاه‌ها برای حرکت فراتر از بهره‌برداری از منابع فسیلی، مکمل اهداف پایداری سازمان ملل مانند کاهش تغییرات آب و هوایی است. عوامل مختلفی، انتقال موفقیت‌آمیز به یک اقتصاد زیستی مبتنی بر دانش را شکل داده و تقویت می‌کند. در میان این عوامل، فعالیت‌های کارآفرینی به‌طور ویژه

صنعت گردشگری به عنوان یکی از ذینفعان اصلی جهانی شدن قبل از شیوع بیماری همه گیر کووید-۱۹ دیده می‌شد. با این حال، در شرایطی که گردشگری محرک اصلی رشد اقتصادی و رفاه اجتماعی است، برای اطمینان از دستیابی به اهداف توسعه پایدار، تغییر صنعت به سمت شیوه‌های پایدارتر در امتداد زنجیره تامین گردشگری^۱ (TSC) مورد نیاز است. از آنجایی که شیوه‌های مدیریت زنجیره تامین پایدار^۲ (SSCM) برای این تحول حیاتی هستند، Gruchmann et al. (2022) با مرور تحقیقات قبلی به ترسیم SSCM در گردشگری از طریق مرور پیشینه نظام‌یافته اقدام نموده‌اند. یافته‌ها نشان از آن دارد که پایداری زنجیره‌های تامین گردشگری را می‌توان با پیوند دادن بازیگران سنتی و غیرسنتی در سطوح مختلف یک مقصد گردشگری افزایش داد.

صنعت گردشگری متشکل از بازیگران مختلفی است و تقاضای گردشگری با تلاش مشترک این بازیگران تامین می‌شود. با این حال، به نظر می‌رسد در پیشینه‌نگاشته‌های مدیریت گردشگری تلاشی برای ارائه چارچوب‌ها یا الگوهایی وجود ندارد که بتواند به کسب‌وکارهای گردشگری در زمینه ارزیابی و کنترل زنجیره ارزش کلی گردشگری کمک کند. از این‌رو، Yılmaz and Bititci (2006) در پژوهشی تلاش نموده‌اند تا کاربرد مفهوم زنجیره ارزش را در صنعت گردشگری برای مدیریت و اندازه‌گیری فرآیندهای زنجیره ارزش را بررسی کنند. بر اساس یافته‌ها، الگوی زنجیره ارزش گردشگری با چهار مرحله سفارش، پشتیبانی قبل از تحویل، تحویل و پشتیبانی پس از تحویل، توسعه یافته است. در کل، فرصتی برای مطالعه صنعت گردشگری به‌عنوان یک زنجیره ارزش و توسعه یک چارچوب مدیریت عملکرد و

امیدوارکننده است. از این منظر، Kuckertz et al. (2020) نقش توانمندسازی و تحول‌آفرین کارآفرینی را با انجام یک مرور نظام‌یافته و تحلیل موضوعی برای استخراج دیدگاه‌های ضمنی در مورد کارآفرینان و سرمایه‌گذاری‌های آنها با رویکرد اقتصاد زیستی بررسی کرده‌اند. این بررسی به شناسایی سه موضوع اصلی کارآفرینی در یک چارچوب کل‌نگر منجر شده است؛ از جمله: شامل فعالیت کارآفرینانه در سطح خرد، زیست‌بوم‌های کارآفرینی (یا خوشه‌ها و نظام‌های نوآوری) در سطح میانی، و دیدگاه و حمایت دولتی در سطح کلان. در این بین، فعالیت‌های کارآفرینانه (سطح خرد) نظیر کسب‌وکارهای نوپای فناور در حوزه بوم‌گردی را می‌توان به عنوان محرک اصلی تحول اقتصاد زیستی معرفی نمود؛ مشروط بر آنکه زیست‌بوم کارآفرینی در سطح میانی، فرصت‌های متنوعی را در امتداد زنجیره ارزش این کسب‌وکارها فراهم کند و دولت، نیز حمایت مقتضی را به عمل آورد.

del Vecchio et al. (2022) در پژوهشی به بررسی روند خلق ارزش و نوآوری در الگوی کسب و کار مبتنی بر اقتصاد چرخشی در حوزه گردشگری هوشمند پرداخته‌اند. این تحقیق با یک رویکرد کیفی و اکتشافی از طریق مطالعه موردی انجام شده است. مورد مطالعه، یک شرکت گردشگری مبتنی بر شبکه، همگرا با اصول ارزش‌آفرینی و نوآوری انسجام‌یافته در یک الگوی کسب‌وکار در زمینه اقتصاد چرخشی و گردشگری هوشمند بوده است. این پژوهش درک این موضوع را امکان‌پذیر کرده است که چگونه گردشگری هوشمند و اقتصاد چرخشی می‌توانند دو جهت‌گیری مهم را برای مدیریت پیچیدگی و هدایت شرکت‌ها و مقاصد گردشگری به سمت فرآیندهای ایجاد ارزش پایدار و هوشمند بدست دهند.

1. Tourism Supply Chain
2. Sustainable supply chain management

اجتماعی (برای نمونه دسترسی عادلانه یا منصفانه فقرا به فرصت‌ها و منافع گردشگری) چشم‌پوشی نشود. توسعه گردشگری به طور جدایی ناپذیری با عملکرد شرکت‌های گردشگری و موفقیت خدمات و محصولات گردشگری ارائه شده توسط آنها مرتبط است. یک مزیت رقابتی برای کسب‌وکارهای نوپا، در بازار خدمات گردشگری، ارائه محصولات نوآورانه مبتنی بر فناوری در پاسخ به انتظارات روزافزون مشتری است. ویژگی توسعه محصول در صنعت گردشگری نیازمند تعهد و همکاری بسیاری از شرکاء - کنشگران در زنجیره تامین گردشگری است. از همین دیدگاه، اسپیلکو (۲۰۱۷) به بررسی تحقیقات پیشین در زمینه زنجیره تامین گردشگری پرداخته و نتایج تحلیل را در قالب نقشه‌ای از مضامین (مناطق تحقیق) ارائه داده است. بر اساس یافته‌ها بدست‌آمده، پراکنش موضوعی و جغرافیایی پژوهش در این زمینه موزون نیست؛ به عبارت دیگر، برخی موضوعات در برخی مناطق بیشتر مورد پژوهش قرار گرفته است و بالعکس. بنابراین شناخت شکاف تحقیقاتی در زمینه زنجیره ارزش گردشگری و بوم‌گردی با رویکردهای پایدارگرا و کارآفرینانه و تهیه دستورکاری برای پژوهش در این حوزه ضروری می‌نماید.

روش تحقیق

این پژوهش از منظر نتیجه، جزء پژوهش‌های کاربردی محسوب می‌شود، زیرا به بررسی مفاهیم مرتبط با توسعه کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی براساس کارکردهای زنجیره ارزش کارآفرینانه با هدف معرفی یک چارچوب تصمیم‌گیری با قابلیت سیاستگذاری و ارزشیابی پرداخته است. همچنین، به لحاظ ماهیت و روند گردآوری داده‌ها از نوع استقرایی-قیاسی است، چرا که در بخش کیفی ابتدا با رویکرد استقرایی، مبانی نظری مربوط به کسب‌وکارهای نوپای

اندازه‌گیری مبتنی بر زنجیره ارزش وجود دارد که به بازیگران مختلف اجازه می‌دهد تا فرآیندها و فعالیت‌های خود را به شیوه‌ای منسجم‌تر ارتباط برقرار کرده و هماهنگ کنند. بنابراین، اندازه‌گیری و مدیریت کارایی و اثربخشی کلی محصول و خدمات گردشگری از دیدگاه مدیریت زنجیره ارزش بسیار مهم است. کسب‌وکارهای گردشگری می‌توانند از الگوی پیشنهادی به عنوان راهنمای ارزیابی عملکرد خود از نظر مشتری و ابعاد داخلی از دیدگاه زنجیره ارزش استفاده کنند.

(Mitchell 2012) از رهیافت‌های زنجیره ارزش بهره گرفته تا دو موضوع ظهور گردشگری حامی فقرا را به‌عنوان یک ایده و چگونگی اندازه‌گیری تأثیرات گردشگری بر جوامع محلی داری مقاصد گردشگری در کشورهای در حال توسعه را بررسی کند. گردشگری حامی فقرا در ابتدا در دوره ۱۹۹۹-۲۰۰۰ در سطح مفهومی و سیاستی مطرح شد. در حال حاضر، شکاف مهم دانش مربوط به داشتن شواهد قابل اعتماد برای حمایت از توسعه سیاست و اقدام در این زمینه است. در این تحقیق از رویکرد اقدام پژوهی برای تحلیل زنجیره ارزش در گردشگری ذیل مفهوم "دلار گردشگری" - ارزیابی گردشگری - در مقاصد گردشگری کشورهای در حال توسعه بهره گرفته شد. ذیل این رویکرد همچنین تلاش شد تا به شناسایی فرصت‌هایی برای افزایش اثرات مثبت گردشگری بر فقرا با تمرکز بر ۱۲ مقصد مختلف در کشورهای در حال توسعه پرداخته شود. یافته‌ها، نشان دهنده روابطی بین گسترش گردشگری و رشد اقتصاد محلی بود. به عبارتی، اگر رشد گردشگری از طریق رشد اقتصادی به فقرزدایی کمک کند، در این صورت می‌توان فقرزدایی را به‌عنوان یکی از مظاهر ارزش اجتماعی کسب‌وکارهای گردشگری در نظر گرفت؛ هر چند می‌بایست در این رابطه از نقش عدالت

گزاره‌های کارکردی زنجیره ارزش کارآفرینانه این کسب‌وکارها، از تحلیل فراترکیب استفاده شد تا با تدوین مولفه‌ها و گزاره‌های شناسایی شده در قالب چک لیست‌های ماتریسی پژوهش در بخش کمی، امکان ورود به فرآیند رتبه‌بندی تفسیری فراهم شود.

یافته‌های فراترکیب: روش تحلیل فراترکیب^۱ از طریق غربالگری نظری و پژوهشی به دنبال شناسایی مولفه‌ها و گزاره‌های مرتبط با موضوع پژوهش می‌باشد. در این تحقیق، دوره زمانی جهت واکاوی پژوهش‌های مشابه، ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۱ میلادی و ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ شمسی بوده است. به عبارت دیگر به منظور یافتن مقاله‌ها و پژوهش‌های مشابه و با استفاده از پایگاه‌ها و مراجع پژوهشی داخلی و بین‌المللی، اقدام به شناسایی پژوهش‌های مرتبط با هدف پژوهش شد. براساس غربالگری پژوهش‌ها از سه حیث عنوان، محتوا و تحلیل، مشخص شد، تعداد ۱۵ پژوهش می‌تواند به عنوان مبنای ارزیابی جهت تعیین گزاره‌های کارکردی زنجیره ارزش کارآفرینانه در توسعه کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی مورد استفاده قرار گیرد. پس از این مرحله، اقدام به دسته‌بندی و تفکیک مضامین در قالب مولفه‌ها و گزاره‌های بیان شده، گردید.

الف) شناسایی مولفه‌های توسعه کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی (U)

در این مرحله، بر اساس فراترکیب و مقیاس ارزیابی انتقادی اقدام به تعیین مولفه‌های توسعه کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی با رویکرد زنجیره ارزش کارآفرینانه اقدام شد.

فناورانه و زنجیره ارزش کارآفرینانه در حوزه بوم‌گردی مورد واکاوی قرار گرفته و سپس با رویکرد قیاسی، اقدام به تبیین مولفه‌ها و گزاره‌های شناسایی شده در جامعه هدف شده است. در واقع، در بخش کمی از طریق تحلیل ماتریس قطبی بر اساس روش تصمیم‌گیری چندمعیاره، به تعیین مهمترین بُعد توسعه کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی پرداخته شده است. گروه هدف مطالعه در بخش کیفی (گروه هدف مشارکت‌کننده)، شامل ۱۵ نفر از متخصصان حوزه کارآفرینی با تجربه پیشین در حوزه زنجیره ارزش و بوم‌گردی بودند که به شیوه نمونه‌گیری هدفمند از نوع بارز و گلوله‌برفی انتخاب شدند. گروه هدف مطالعه در بخش کمی، شامل ۱۸ نفر از مدیران کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی در استان گلستان بودند که پس از تهیه فهرست با کمک اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان گلستان، به صورت تمام شماری در مطالعه مشارکت نمودند. لازم به ذکر است با توجه به مقتضیات فرآیند رتبه‌بندی تفسیری، این شمار از جامعه آماری مورد قبول می‌باشد. برای تامین روایی و پایایی یافته‌های تحقیق، به تدوین پروتکل مصاحبه‌ها در بخش کیفی، چندجانبه‌گرایی یا مثلث‌بندی در منابع اطلاعاتی (مرور پیشینه و دیدگاه‌های صاحب‌نظران و داده‌های کمی حاصل از ارزیابی مشارکت‌کنندگان در فرآیند رتبه‌بندی) و نیز روش‌های تحقیق، تسهیم یافته‌ها با مشارکت‌کنندگان و کسب بازخورد آنها اقدام شد.

یافته‌ها

با هدف ایجاد پیوند بین مولفه‌های توسعه کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی و

جدول ۱- فرآیند ارزیابی پژوهش‌های تایید شده جهت تعیین مولفه‌های توسعه کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی

| معیارهای ارزیابی انتقادی | پژوهش‌های خارجی | | | | | | | پژوهش‌های داخلی | |
|--------------------------|------------------------|----------------------|--------------------|-----------------------|----------------------|--------------------------|---------------------|----------------------|--|
| | ۱ | ۲ | ۳ | ۴ | ۵ | ۶ | ۷ | ۸ | |
| معیارهای ارزیابی انتقادی | دیجکسترا و همکاران (۸) | بنجامین و دیللت (۲۲) | المو و همکاران (۷) | پرسنزا و همکاران (۲۳) | آرتگا و همکاران (۲۴) | رحمان سرشت و همکاران (۷) | نعمتی و همکاران (۱) | ندافی و احمدوند (۲۵) | |
| هدف پژوهش | ۴ | ۳ | ۴ | ۴ | ۴ | ۳ | ۴ | ۲ | |
| روش پژوهش | ۵ | ۴ | ۳ | ۴ | ۴ | ۲ | ۴ | ۳ | |
| طرح پژوهش | ۴ | ۳ | ۴ | ۳ | ۴ | ۱ | ۴ | ۲ | |
| روش نمونه‌گیری | ۳ | ۴ | ۳ | ۴ | ۳ | ۱ | ۴ | ۳ | |
| نحوه جمع‌آوری | ۴ | ۳ | ۴ | ۴ | ۴ | ۲ | ۵ | ۴ | |
| تعمیم یافته‌ها | ۳ | ۴ | ۴ | ۳ | ۴ | ۲ | ۴ | ۳ | |
| اخلاقی | ۴ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۱ | ۳ | ۴ | |
| نحوه تحلیل آماری | ۳ | ۳ | ۴ | ۴ | ۲ | ۲ | ۳ | ۳ | |
| قابلیت تئوریک | ۳ | ۳ | ۴ | ۳ | ۴ | ۲ | ۴ | ۴ | |
| ارزش پژوهش | ۳ | ۴ | ۴ | ۳ | ۴ | ۲ | ۴ | ۳ | |
| جمع | ۳۶ | ۳۴ | ۳۷ | ۳۵ | ۳۶ | ۱۸ | ۳۹ | ۳۱ | |

توسعه توسعه کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی انتخاب می‌شوند.

بر اساس یافته‌های این بخش، مشخص شد، چهار مولفه دارای بیشترین فراوانی هستند و براین مبنا در این پژوهش به عنوان معیارهای زیرساختی توسعه کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی مورد بررسی قرار می‌گیرند.

ب) شناسایی گزاره‌های کارکردی زنجیره ارزش کارآفرینانه در گردشگری (F): همانند مراحل فوق و با پیروی از روش ارزیابی انتقادی در این بخش گزاره‌های کارکردی زنجیره ارزش کارآفرینانه در توسعه کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی (F) مشخص می‌گردد. یافته‌های مندرج در جدول (۴)، نشانگر ارزیابی مضامین گزاره‌ای براساس شاخص ۵۰ نمره‌ای در قالب امتیازهای ۱ تا ۵ براساس ۱۰ معیار توضیح داده شده است.

بر اساس نتایج، از بین پژوهش‌های مرور شده، پژوهش رحمان سرشت و همکاران (۱۳۹۸) امتیاز لازم را کسب نکرد و به همین دلیل از دور بررسی خارج شد. در ادامه نسبت به استخراج مضامین پژوهش اقدام شد. بر این اساس به منظور تعیین مولفه‌های توسعه کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی از روش امتیازی به شرح زیر استفاده شد. بر مبنای این روش کلیه معیارهای فرعی استخراج شده از متن مقالات تایید شده، در ستون جدول نوشته می‌شود و سپس در ردیف هر جدول نام محققان پژوهش‌های تایید شده آورده می‌شود. بر مبنای استفاده هر پژوهشگر از معیارهای فرعی نوشته شده در ستون جدول، علامت «☑» درج می‌شود، سپس امتیازهایی هر ☑ در ستون معیارهای فرعی، با هم جمع می‌شود و امتیازهای بالاتر از میانگین پژوهش‌های انجام شده، به عنوان معیارهای

جدول ۲- فرآیند تعیین مولفه‌های توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی

| مکان پژوهش | محققان | ظرفیت عملیاتی | ظرفیت فرهنگی | ظرفیت اقتصادی | ظرفیت بازاریابی | ظرفیت منبع‌بانی | ظرفیت اجتماعی | ظرفیت منابع انسانی | ظرفیت تامین مالی | ظرفیت اطلاعاتی |
|------------|------------------------|---------------|--------------|---------------|-----------------|-----------------|---------------|--------------------|------------------|----------------|
| خارجی | دیجکسترا و همکاران (۸) | - | ✓ | - | ✓ | - | - | ✓ | - | ✓ |
| | بنجامین و دیللت (۲۲) | ✓ | - | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | ✓ | - |
| | المو و همکاران (۷) | - | - | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | - |
| | پرسنزا و همکاران (۲۳) | - | - | ✓ | - | - | ✓ | ✓ | - | - |
| داخلی | آرتگا و همکاران (۲۴) | - | - | - | ✓ | ✓ | - | - | - | - |
| | نعمتی و همکاران (۷) | ✓ | - | - | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | - |
| | ندافی و احمدوند (۲۵) | - | - | ✓ | - | - | - | ✓ | - | - |
| جمع | ۲ | ۱ | ۴ | ۴ | ۱ | ۴ | ۵ | ۲ | ۱ | |

جدول ۳- مولفه‌های توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی

| کدها | U1 | U2 | U3 | U4 |
|----------|---------------|-----------------|---------------|--------------------|
| مولفه‌ها | ظرفیت اقتصادی | ظرفیت بازاریابی | ظرفیت اجتماعی | ظرفیت منابع انسانی |

جدول ۴- فرآیند ارزیابی پژوهش‌های تایید شده جهت تعیین گزاره‌های کارکردی زنجیره ارزش کارآفرینانه در توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی

| معیارهای ارزیابی انتقادی | پژوهش‌های خارجی | | | | | | |
|----------------------------|-----------------|----|----|----|----|----|----|
| | ۱ | ۲ | ۳ | ۴ | ۵ | ۶ | ۷ |
| کیوالا و همکاران (۱۴) | ۴ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ |
| کردالسکا و اولزیگ (۱۵) | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ |
| ماراوی و همکاران (۱۷) | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ |
| باگلیونی و همکاران (۳) | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ |
| شهرکی و همکاران (۲۷) | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ |
| حسینی‌نیا و علی آبادی (۱۱) | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ |
| شهبازی و حجاریان (۲۵) | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ |
| هدف پژوهش | ۴ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۴ |
| روش پژوهش | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ |
| طرح پژوهش | ۴ | ۴ | ۴ | ۳ | ۳ | ۴ | ۳ |
| روش نمونه‌گیری | ۴ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ | ۳ |
| نحوه جمع‌آوری | ۴ | ۳ | ۳ | ۴ | ۴ | ۳ | ۳ |
| تعمیم یافته‌ها | ۴ | ۳ | ۴ | ۳ | ۳ | ۴ | ۴ |
| اخلاقی | ۵ | ۴ | ۳ | ۳ | ۴ | ۳ | ۳ |
| نحوه تحلیل آماری | ۴ | ۴ | ۴ | ۴ | ۴ | ۳ | ۳ |
| قابلیت تئوریک | ۴ | ۳ | ۳ | ۴ | ۴ | ۳ | ۴ |
| ارزش پژوهش | ۴ | ۴ | ۳ | ۳ | ۴ | ۴ | ۴ |
| جمع | ۴۰ | ۳۴ | ۳۳ | ۳۳ | ۳۵ | ۳۳ | ۳۴ |

از دور بررسی خارج نشد. در ادامه به منظور تعیین گزاره‌های پژوهش همچون مرحله قبل عمل می‌شود.

براساس نتایج تحلیل مشخص شد بدلیل اینکه همه پژوهش‌ها امتیاز بالای ۳۰ را کسب نموده‌اند، پژوهشی

واکاوی زنجیره ارزش کارآفرینانه در کسب... / علی مومنی و همکاران

جدول ۵- فرآیند تعیین گزاره‌های کارکردی زنجیره ارزش کارآفرینانه در توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی

| محققان | کارکردهای محتوایی | کارکردهای بازاریابی | کارکردهای نظارتی | کارکردهای حمایت نهادی | کارکردهای منابع انسانی | کارکردهای فرهنگی | کارکردهای یادگیرنده |
|----------------------------|-------------------|---------------------|------------------|-----------------------|------------------------|------------------|---------------------|
| کیوالا و همکاران (۱۴) | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ |
| کردالسکا و اولزیگ (۱۵) | - | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | - |
| ماراوی و همکاران (۱۷) | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| پاگلیونینی و همکاران (۳) | ✓ | ✓ | - | ✓ | - | - | - |
| شهرکی و همکاران (۲۷) | ✓ | - | - | - | ✓ | ✓ | - |
| حسینی نیا و علی آبادی (۱۱) | - | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | - |
| شهبازی و حجاریان (۲۵) | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | - |
| جمع | ۵ | ۵ | ۲ | ۵ | ۶ | ۶ | ۲ |

بوم‌گردی که در قالب جدول (۶) ارائه شده است، به عنوان مبنای توسعه این کسب‌وکارها مورد بررسی قرار می‌گیرند.

براساس غربالگری پژوهش‌های تایید شده، ۵ کارکرد مرتبط با کارکردهای زنجیره ارزش کارآفرینانه در توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه

جدول ۶- گزاره‌های کارکردی زنجیره ارزش کارآفرینانه در گردشگری

| کدها | F1 | F2 | F3 | F4 | F5 |
|----------|-------------------|---------------------|-----------------------|------------------------|------------------|
| مولفه‌ها | کارکردهای محتوایی | کارکردهای بازاریابی | کارکردهای حمایت نهادی | کارکردهای منابع انسانی | کارکردهای فرهنگی |

باتوجه به نتایج کسب شده، در این بخش به ارزیابی سطح تأثیرگذاری هریک از گزاره‌های زنجیره ارزش کارآفرینانه در توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی اقدام شد. این ارزیابی، یک شیوه‌ی امتیازبندی براساس تدوین فرم امتیاز مقایسه‌ی زوجی می‌باشد، که نتیجه‌ی آن در بخش‌های بعدی تحلیل اولویت‌بندی ماتریسی مورد استفاده می‌باشد. حال به منظور تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری «SSIM» مقایسه‌های زوجی گزاره‌های پژوهش در جدول (۸) ارائه شده است.

فرآیند رتبه‌بندی تفسیری (IRP): همان طور که تشریح شد، در بخش کیفی پژوهش، مولفه‌های توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی (U) و گزاره‌های کارکردی زنجیره ارزش کارآفرینانه در این حوزه (F) تعیین شدند. در این بخش با هدف تأثیرگذاری سطر «I» بر ستون «J» و یا برعکس و یا متقابل، به انجام فرآیندهای مربوط به این تحلیل اقدام شد. لذا به منظور ایجاد ماتریس‌های تعاملی ابتدا می‌بایست سطح ارتباط مستقیم، متقارن و یا غیرمستقیم را همسو با توضیح‌ها مور توجه قرار داد. لذا ابتدا پرسشنامه ماتریسی به شرح زیر تدوین شد.

جدول ۷- ماتریس تفسیری متقابل توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی با رویکرد زنجیره ارزش کارآفرینان

| | F5 | F4 | F3 | F2 | F1 | |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------|-------------------|----------------|
| توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپای فناورانه در حوزه بوم‌گردی | U1 | کارکرد منابع انسانی | کارکرد بازاریابی | کارکرد بازاریابی | کارکرد بازاریابی | |
| | | مبنایی برای توسعه | مبنایی برای توسعه | مبنایی برای توسعه | مبنایی برای توسعه | |
| | | ظرفیت اقتصادی | ظرفیت اقتصادی | ظرفیت اقتصادی | ظرفیت اقتصادی | |
| | | کارکرد فرهنگی | کارکرد منابع انسانی | | کارکرد بازاریابی | کارکرد محتوایی |
| U2 | مبنایی برای توسعه | مبنایی برای توسعه | | مبنایی برای توسعه | مبنایی برای توسعه | |
| | ظرفیت بازاریابی | ظرفیت بازاریابی | | ظرفیت بازاریابی | ظرفیت بازاریابی | |
| | کارکرد فرهنگی | کارکرد منابع انسانی | کارکرد بازاریابی | | کارکرد محتوایی | |
| | مبنایی برای توسعه | مبنایی برای توسعه | مبنایی برای توسعه | | مبنایی برای توسعه | |
| U3 | ظرفیت اجتماعی | ظرفیت اجتماعی | ظرفیت اجتماعی | | ظرفیت اجتماعی | |
| | کارکرد منابع انسانی | کارکرد منابع انسانی | | | | |
| | مبنایی برای توسعه | مبنایی برای توسعه | | | | |
| | ظرفیت اجتماعی | ظرفیت اجتماعی | | | | |
| U4 | کارکرد منابع انسانی | کارکرد منابع انسانی | | | | |
| | مبنایی برای توسعه | مبنایی برای توسعه | | | | |
| | ظرفیت اجتماعی | ظرفیت اجتماعی | | | | |
| | کارکرد منابع انسانی | کارکرد منابع انسانی | | | | |

جدول ۸- ماتریس دستیابی از نظر میزان انتقال‌پذیری ارتباط بین گزاره‌ها

| گزاره‌های پژوهش | | | | | کارکردهای زنجیره ارزش کارآفرینانه در توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی | |
|-----------------|------------------|--------------------|---------------------|---------------|---|------------------------|
| کارکرد محتوایی | کارکرد بازاریابی | کارکرد حمایت نهادی | کارکرد منابع انسانی | کارکرد فرهنگی | | |
| F1 | F2 | F3 | F4 | F5 | | |
| 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | F1 | کارکردهای محتوایی |
| 1 | 1 | 1* | 1 | 0 | F2 | کارکردهای بازاریابی |
| 0 | 1 | 1 | 1* | 0 | F3 | کارکردهای حمایت نهادی |
| 0 | 1* | 1 | 1 | 0 | F4 | کارکردهای منابع انسانی |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | F5 | کارکردهای فرهنگی |
| تأثیر مستقیم | | | | | تأثیر مستقیم | فرآیند تعیین تأثیر |
| تأثیر انتقالی | | | | | تأثیر انتقالی | تأثیر انتقالی |

مشخص شد، درصد تأثیرگذاری گزاره‌ی کارکرد منابع انسانی در زنجیره ارزش کارآفرینانه توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی (F4) نسبت به بقیه گزاره‌ها بیشتر است، که به معنای آن است که بیشتر مبنای توسعه‌ی زنجیره ارزش کارآفرینانه در کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی، مربوط به کارکردهای منابع انسانی است که می‌تواند باعث پویایی سطح نوآوری و خلق دانش در این کسب‌وکارها گردد.

با توجه به مشخص شدن سطح تأثیرگذاری مستقیم و انتقالی گزاره‌های پژوهش، در گام بعد به تعیین درصدهای امتیاز مجموع سطح تأثیرگذاری‌ها اقدام شد (جدول ۹). نتایج نشان داد، ۵۳/۵۷ درصد ارتباط بین گزاره‌های زنجیره ارزش کارآفرینانه در توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی، مستقیم و تنها ۱۰/۷۱ درصد دارای تأثیرگذاری انتقال‌پذیر هستند. از مجموع تأثیرگذاری کلی مبتنی بر مقیاسه زوجی بین گزاره‌های پژوهش

جدول ۹- درصد امتیازهای سطح تأثیرگذاری گزاره‌های زنجیره ارزش کارآفرینانه در توسعه کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی

| درصد تأثیرگذاری تفسیری | تأثیرگذاری کلی | تأثیرگذاری تفسیری | تأثیرگذاری انتقال‌پذیر | تأثیرگذاری مستقیم | متغیر مرجع |
|------------------------|----------------|-------------------|------------------------|-------------------|---------------------------|
| ۱۷/۸۵ | ۵ | ۲ | ۰ | ۳ | F1 کارکردهای محتوایی |
| ۱۷/۸۵ | ۵ | ۱ | ۱ | ۳ | F2 کارکردهای بازاریابی |
| ۱۷/۸۵ | ۵ | ۲ | ۱ | ۲ | F3 کارکردهای حمایت نهادی |
| ۲۵/۰۳ | ۷ | ۴ | ۱ | ۲ | F4 کارکردهای منابع انسانی |
| ۲۱/۴۲ | ۶ | ۱ | ۰ | ۵ | F5 کارکردهای فرهنگی |
| | ۲۸ | ۱۰ | ۳ | ۱۵ | مجموع |
| | | ۳۵/۷۲ | ۱۰/۷۱ | ۵۳/۵۷ | درصد |

(۱۰) اقدام به تعیین سطح تأثیرگذاری گزاره‌ی کارکرد منابع انسانی در توسعه زنجیره ارزش کارآفرینانه (F4) نسبت به توسعه‌ی زیرساخت‌های کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی می‌شود.

در ادامه با توجه به نقش تأثیرگذار کارکرد منابع انسانی در توسعه زنجیره ارزش کارآفرینانه در توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی، طبق جداول (۸) و (۹) در قالب جدول

جدول ۱۰- بررسی تأثیرگذاری تفسیری توسعه‌ی زیرساخت‌های کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی

| توسعه‌ی زیرساخت‌های کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی | ظرفیت منابع انسانی | | | |
|--|--------------------|-----------------|---------------|--------------|
| | ظرفیت اقتصادی | ظرفیت بازاریابی | ظرفیت اجتماعی | ظرفیت انسانی |
| U1 | ۱ | ۱* | ۱* | ۱* |
| U2 | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ |
| U3 | ۱* | ۱ | ۱ | ۱* |
| U4 | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ |

این جدول نشان می‌دهد، اثربخش‌ترین بُعد توسعه‌ی زیرساخت‌های کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی، براساس گزاره‌های زنجیره ارزش کارآفرینانه در گردشگری مربوط به ظرفیت اقتصادی «U1» می‌باشد. از طرف دیگر سطح نفوذ به‌عنوان جمع ستونی اثربخش‌پذیرترین بُعد توسعه‌ی زیرساخت‌های کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی، نشان‌دهنده تأثیرپذیر بودن از سایر مولفه‌ها می‌باشد که بر این اساس بالاترین میزان مربوط به تأثیرپذیری ظرفیت منابع انسانی (U4) از سه بُعد توسعه‌ی زیرساخت‌های کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی می‌باشد. پس از تعیین اثربخش‌ترین

همانطور که مشاهده می‌شود بیشترین سطح انتقال‌پذیری در مولفه‌های توسعه‌ی زیرساخت‌های کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی، مربوط به براساس تأثیرگذاری انتقالی ظرفیت اقتصادی نسبت سه مولفه‌ی دیگر می‌باشد. در واقع این نتیجه نشان می‌دهد، وجود گزاره‌ی کارکرد منابع انسانی در زنجیره ارزش کارآفرینانه در کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی (F4) ضمن تأثیرگذاری بر سایر مولفه‌ها، بیشترین عامل برای ایجاد ظرفیت اقتصادی (U1) محسوب می‌شود. بر اساس نتایج کسب شده، جدول زیر رتبه‌های مربوط به اجرای فرآیند رتبه‌بندی تفسیری (IRP) را نشان می‌دهد.

مؤلفه‌های پژوهش در این بخش با ارجاع به جداول (۹) و (۱۰) نسبت به تعیین مجموعه شاخص‌های خروجی؛ ورود و عناصر مشترک جهت

تدوین مدل سلسله‌مراتبی «TISM» یعنی مدل لایه‌های ساختاری اقدام می‌باشد.

جدول ۱۱- اولویت‌بندی سطح وابستگی و نفوذ توسعه‌ی زیرساخت‌های کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی

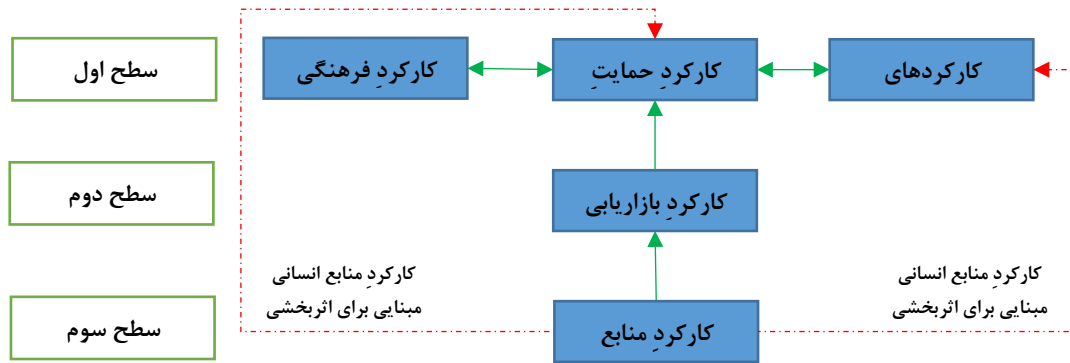
| توسعه‌ی زیرساخت‌های کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی | U1 | U2 | U3 | U4 | سطح وابستگی D | تفاوت D - B | Rank | |
|--|--------------------|----|----|----|---------------|-------------|-----------|------------|
| ظرفیت اقتصادی | U1 | ۱ | ۲ | ۲ | ۷ | ۲ | رتبه اول* | |
| مؤلفه‌های پژوهش | ظرفیت بازاریابی | U2 | ۱ | ۱ | ۱ | ۴ | -۱ | رتبه سوم |
| | ظرفیت اجتماعی | U3 | ۲ | ۱ | ۱ | ۶ | ۱ | رتبه دوم |
| | ظرفیت منابع انسانی | U4 | ۱ | ۱ | ۱ | ۴ | -۲ | رتبه چهارم |
| | سطح نفوذ B | | ۵ | ۵ | ۵ | ۶ | ۲۱ | |

جدول ۱۲- مجموعه شاخص خروجی، ورودی و عناصر مشترک گزاره‌ها

| سطح | عناصر مشترک | گزاره ورودی | گزاره خروجی | اختصار | گزاره‌ها |
|---------|-------------|-------------|-------------|--------|---------------------|
| سطح اول | I | 2,3,5 | 1,2,3,4,5 | F1 | کارکردهای محتوایی |
| سطح دوم | II | 2,3,4 | 2,3,4,5 | F2 | کارکرد بازاریابی |
| سطح اول | I | 2,3,5 | 1,2,3,4,5 | F3 | کارکرد حمایت نهادی |
| سطح سوم | III | 1 | 1,2,5 | F4 | کارکرد منابع انسانی |
| سطح اول | I | 5 | 5 | F5 | کارکرد فرهنگی |

بوم‌گردی، کارکرد بازاریابی «F3» کارکرد کارکرد محتوایی «F3» و کارکرد فرهنگی «F5» می‌باشد. بر این اساس ماتریس مخروطی به منظور شناسایی تأثیرگذارترین گزاره‌های زنجیره ارزش کارآفرینانه در کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی ارائه شد (شکل ۱).

همانطور که مشخص شد، گزاره‌ی کارکرد منابع انسانی زنجیره ارزش کارآفرینانه در کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی (B1) دارای تأثیرگذارترین گزاره در بین سایر گزاره‌های زنجیره ارزش کارآفرینانه این کسب‌وکارها می‌باشد. همچنین مشخص شد، کم‌اثرترین گزاره‌های زنجیره ارزش کارآفرینانه کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه



شکل ۱- سطح بندی گزاره های کارکردی زنجیره ارزش کارآفرینانه در توسعه زیرساخت های کسب و کارهای نوپای فناورانه حوزه بوم گردی

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش با هدف تحلیل کارکردی زنجیره ارزش کارآفرینانه در کسب و کارهای نوپای فناورانه حوزه بوم گردی انجام شد. نتایج نشان داد، تأثیرگذارترین گزاره ی زنجیره ارزش کارآفرینانه در کسب و کارهای نوپای فناورانه حوزه بوم گردی، کارکرد منابع انسانی می باشد. به تبع آن، محتمل ترین بُعد قابل توسعه ی زیرساختی کسب و کارهای نوپای فناورانه حوزه بوم گردی، ظرفیت اقتصادی این کسب و کارها است. بر اساس این یافته ها، توسعه منابع انسانی در کسب و کارهای نوپای فناور در حوزه بوم گردی عامل مهم ظرفیت سازی اقتصادی از طریق توسعه زنجیره ارزش کارآفرینانه است. به تعبیر دیگر، کسب و کارهای نوپای فناور در حوزه بوم گردی برای تحقق یک زنجیره ارزش کارآفرینانه و بهره برداری از ظرفیت های اقتصادی نیازمند سرمایه گذاری در توسعه منابع انسانی هستند. در واقع، همانند سایر کسب و کارهای نوپای فناور، سرمایه انسانی در این حوزه نیز در قامت ایده پرداز، راهبر، فناور و مدیر محوریت دارد (Bosma et al., 2004).

بنابراین، در حالی که برخی کسب و کارهای نوپا دغدغه تامین مالی اولیه با رویکرد سرمایه گذاری مخاطره پذیر را به عنوان چالش اصلی پیش روی رشد

خویش می پندارند (Colombo and Grilli, 2010)، این سرمایه انسانی و اجتماعی و دارایی های فکری آنها است که عاملی تعیین کننده به شمار می رود. یافتن نیروی انسانی ماهر، خلاق و دارای تحصیلات پیشین مرتبط و ساماندهی آنها در قالب تیم های کار هم افزا قابلیت و ظرفیت اصلی یک کسب و کار نوپای فناور، در همه حوزه های کاری، از جمله بوم گردی است. پی آیند آن، آموزش، مشاوره، رویدادهای ایده پردازی، فراهم کردن تجربه های کاری نظارت شده (منتورینگ)، خلق یک فضای کاری مشوق نوآوری، و انسجام بخشی و راهبری تیم های کسب و کار نوپای فناور می تواند محور اصلی و تکیه گاهی از جنس قابلیت پویا باشد که گذر از چالش هایی نظیر تامین سرمایه اولیه را میسر می سازد (Nofsinger and Wang, 2011). به ویژه این که، در کسب و کارهای نوپا و مستقر در حوزه بوم گردی، طراحی و ارائه خدمات نوآور و با کیفیت در راستای جذب و ماندگاری مشتری تعیین کننده است (لطیفیان و همکاران، ۱۳۹۹). در این بین، قابلیت های کارآفرینانه بنیانگذار کسب و کارهای نوپای فناور که مستلزم برخورداری از آمیزه ای از دانش فنی و فرصت شناسی و تجربه کسب و کار در حوزه بوم گردی است، بیش از سایر عوامل تأثیرگذار به نظر می رسد (Ganotakis,

تعامل با مراکز رشد واحدهای فناور و پارک علم و فناوری، می‌تواند زمینه‌ساز دسترسی کارآفرینان حوزه بوم‌گردی به دانش و فناوری‌های نوین یا تسهیلات لازم برای توسعه آن باشد. اخیراً، دهکده‌های نوآوری با محوریت زنجیره ارزش کسب‌وکارهای کشاورزی و روستایی در کشور در حال شکل‌گیری است. چنین رویکردی را می‌توان در مورد کسب‌وکارهای نوپا در حوزه بوم‌گردی و گردشگری در قالب دهکده‌های گردشگری تحقق بخشید. تشکیل شبکه کسب‌وکارهای نوپای حوزه گردشگری به صورت نهادی (در قالب انجمن) و مجازی (با بهره‌گیری از ظرفیت‌های اینترنت و شبکه‌های اجتماعی) راهکار حمایتی دیگری است که در این زمینه قابل تامل به نظر می‌رسد. برگزاری رویدادهای استارت‌آپی در حوزه بوم‌گردی و یا استقرار شتاب‌دهنده تخصصی بوم‌گردی در استان از دیگر مواردی است که در راستای تکامل زیست‌بوم نوآوری در این حوزه می‌تواند موثر واقع شود. در این رویدادها، نیاز است علاوه بر نوآوری فناورانه و ظرفیت رشد اقتصادی، بر معیارهای سازگاری بوم‌شناختی کسب‌وکارهای نوپای فناور هم تأکید شود. سرانجام، تشویق کسب‌وکارهای نوپای حوزه بوم‌گردی به تشکیل خوشه‌های کسب‌وکار با هدف همگرایی و سرمایه‌گذاری مشترک در حوزه فناوری‌های نوین با رعایت ملاحظات اقتصاد مقیاس از دیگر سازوکارهای پیشنهادی است که مرتبط با یافته‌های این تحقیق قابل ارایه است.

منابع

احمدامینی، ز.، امانی تهران، م.، و سقرچی، م. الف. ۱۳۸۹. شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی با رویکرد زنجیره ارزش. فصلنامه توسعه فناوری صنعتی، ۸(۱۴): ۴۸-۳۵.

2012). در مورد کسب‌وکارهای نوپا در حوزه‌ای همانند بوم‌گردی، علاوه بر فناوری، عوامل دیگری همانند کیفیت تسهیلات، کیفیت و تنوع در بخش خدمات، هزینه‌های معقول خدمات، کیفیت و تنوع ارایه‌دهندگان خدمات بوم‌گردی و نیز تنوع جاذبه‌های گردشگری مقصد نیز در جذب مشتری و تامین رضایت گردشگران و در نتیجه، کسب درآمد و رشد اقتصادی در کنار توسعه برند شرکت حایز اهمیت است (اکبری و هاشم‌زاده، ۱۳۹۵). علاوه بر این، پایداری کسب‌وکارهای نوپای فناور و نیز شرکت‌های دایر در حوزه بوم‌گردی، نیازمند حفظ جاذبه‌های طبیعی یا به تعبیری رشد کسب‌وکار توأم با حفظ محیط زیست است (Abdollahzadeh and Sharifzadeh, 2012). بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت توسعه‌ی زیرساخت‌های کسب‌وکارهای نوپای فناورانه حوزه بوم‌گردی در پرتو یک زنجیره ارزش کارآفرینانه تنها در صورتی ممکن است که زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری بخشی و منطقه‌ای با قابلیت فراهم‌آوری یک فضای حمایتی توأم با رقابتی شکل گیرد (شریف‌زاده و عبدالله‌زاده، ۱۳۹۹).

با توجه به یافته‌ها، پیشنهاد می‌شود کارآفرینان علاقمند به حوزه بوم‌گردی، ایده‌های کسب‌وکار خویش را با یارگیری و تشکیل تیم‌های کاری توانمند با ترکیبی از قابلیت‌های فناوری، مدیریتی، بازاری، مالی و غیره تحقق بخشند و به شیوه استاد-شاگردی و نیز با شرکت در کارگاه‌های آموزشی و رویدادهای نوآفرینی، قابلیت‌های اعضای تیم را ارتقا بخشند.

اکبری، م و هاشم‌زاده، ژ. ۱۳۹۵. عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگران عرب شهرستان کلاردشت. فصلنامه میراث و گردشگری، ۲۱(۲): ۷۷-۵۷.

- شهرابی، ب.، اشرفی، م.، و عباسی، الف. ۱۳۹۸. مدل یابی عوامل تأثیرگذار بر تأمین مالی استارت آپ‌ها (کسب‌وکارهای نوپا) با تکنیک دیمتل. راهبرد مدیریت مالی، (۲): ۶۱-۸۹.
- شهرکی، ش.، گرگین، س.، شریف‌زاده، م.، عبدالله‌زاده، غ.، کشیری، ح.، و شهرکی، م. ۱۳۹۸. تحلیل زنجیره ارزش کسب و کارهای شیلاتی با نگرش کارآفرینی - مطالعه موردی تعاونی‌های صیادی پره استان گلستان. کارآفرینی در کشاورزی، ۶(۴): ۱-۱۶.
- عبدالله‌زاده، غ.، صالحی، خ.، شریف‌زاده، م.ش.، خواجه‌شاهکوهی، ع. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر گردشگری بر معیشت پایدار روستایی در استان گلستان. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۴(۱۵): ۱۶۹-۱۴۸.
- لطیفیان، م.، شریف‌زاده، م.، عبدالله‌زاده، غ.، و ملاحسینی، الف. ۱۳۹۹. بررسی کیفیت خدمات و تمایل به استفاده مجدد در کسب‌وکارهای محلی: مورد اقامتگاه‌های بوم گردی در استان گلستان. راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۷(۱۳): ۲۴-۳۴.
- مرادنژادی، ه.، شریف‌زاده، م.ش.، واحدی، م.، مهدی‌زاده، ح. ۱۳۹۸. تدوین و کاربست چارچوبی برای ارزیابی زیست بوم کسب‌وکارهای نوپای مبتنی بر فاوا در استان ایلام. توسعه کارآفرینی، ۱۲(۳): ۴۰۱-۴۲۰.
- میر، م.، حسینی مقدم، م.، و مختاری، ز. ۱۳۹۴. دستیابی به مزیت رقابتی از طریق زنجیره ارزش صنعت گردشگری. سومین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت، تهران.
- ندافی، ر.، و احمدوند، م. ۱۳۹۶. شناسایی و اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه کسب و کارهای نوپا (استارت آپ‌ها) با استفاده از روش‌شناسی کیو. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۰(۳): ۵۱۷-۵۳۴.
- نعمتی، ن.، نعمتی، د.، و یآوری فر، پ. ۱۳۹۷. بررسی زمینه‌های فعالیت کسب و کارهای نوپا (استارت‌آپ) در حوزه گردشگری سلامت. اولین همایش علمی و پژوهشی ملی با عنوان نقش صنعت گردشگری به ویژه آقاجانی افروزی، ع. الف.، و عزیززاده، م. ۱۳۹۶. شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در گردشگری روستایی. راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۴(۷): ۵۷-۶۵.
- پاداش، ح.، خدایانه، ب.، و ابراهیم‌زاده، م. ۱۳۹۶. تأثیر محیط نهادی بر اقتصاد دانش‌بنیان. پژوهشنامه اقتصادی، ۱۷(۶۴): ۱۷۱-۱۹۸.
- جعفری، الف. ح. ۱۳۹۷. استارت‌آپ‌ها، شرکت‌های دانش بنیان و کسب و کارهای نوین در صنعت گردشگری. ماهنامه جاده‌های سبز، ۱۵۳: ۴۲-۳۶.
- حسینی نیا، غ.، و علی‌آبادی، و. ۱۳۹۸. آسیب‌شناسی زنجیره ارزش کارآفرینی در کسب‌وکارهای روستایی (مطالعه موردی تعاونی‌های روستایی استان کرمانشاه. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۸(۳۱): ۱-۲۵.
- حقیقت، س. ۱۳۹۰. بررسی اثرات زنجیره ارزش جهانی بر ارتقاء خوشه‌های محلی. کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت مشاغل دانش بنیان، دانشگاه مازندران، بابلسر.
- خان احمدلو، ر.، معزز، ه.، محمدی، م.، یزدانی، ح.، و زارعی متین، ح. ۱۳۹۹. فراترکیب عوامل موثر بر شکل‌گیری و توسعه اکوسیستم نوآوری مبتنی بر دانشگاه. مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، ۳(۳): ۹۷-۱۳۰.
- رحمان سرشت، ح.، دهدشتی شاهرخ، ز.، خاشعی، و.، و دوست محمدیان، ش. ۱۳۹۸. طراحی مدل تاب‌آوری استارت‌آپ‌های مبتنی بر فاوا با رویکرد آمیخته. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۴(۱۲): ۶۲۱-۶۴۰.
- شریف‌زاده، م.ش.، عبدالله‌زاده، غ. ۱۳۹۹. زیست‌بوم نوآوری کشاورزی در استان گلستان. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۱۶(۱): ۱-۲۲.
- شکری زاده، ح.، و عشقان ملک، م. ۱۳۹۷. مدیریت زنجیره تأمین سبز در صنعت گردشگری. پانزدهمین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع، یزد.
- شهبازی، ف.، و حجاریان، م. ۱۳۹۸. اولویت‌بندی عوامل موثر در توسعه گردشگری طبق نظر ذینفعان (مطالعه موردی: شهرستان فومن). نخستین همایش ملی علوم، صنایع دریایی و توسعه پایدار سواحل مکران، چابهار.

گردشگری سلامت در اشتغال سالم و توسعه پایدار،

کرج.

- Abdollahzadeh, Gh., and Sharifzadeh, A. 2012. Rural resident's perceptions toward tourism development: A study from Iran. *International Journal of Tourism Research*, 16(2): 126-136
- Arteaga Estrella, Y.M., Espinoza Toalombo, R.A., Zuñiga Santillán, X.L., Espinoza Solís, E.J., Villegas Yagual, F.E. and Campos Rocafuerte, H.F. 2018. Tourism start-ups; an alternative for the development of sustainable tourism in Milagro city: Plant nurseries, an entrepreneurial opportunity. *Revista Espacios*, 39: 18.
- Baglioni, E., Campling, L., and Hanlon, G. 2020. Global value chains as entrepreneurial capture: Insights from management theory. *Review of International Political Economy*, 27(4): 903-925.
- Benjamin, S., and Dillette, A.K. 2021. Black Travel Movement: Systemic racism informing tourism. *Annals of Tourism Research*, 88: 103169.
- Bosma, N., van Praag, M., and Thurik, R. 2004. The Value of Human and Social Capital Investments for the Business Performance of Startups. *Small Business Economics* 23, 227-236.
- Colombo, M.G., and Grilli, L., 2010. On growth drivers of high-tech start-ups: exploring the role of founders' human capital and venture capital. *J. Bus. Ventur.* 25, 610-626.
- del Vecchio, P., Malandugno, C., Passiante, G., and Sakka, G. 2022. Circular economy business model for smart tourism: the case of Ecobnb. *EuroMed Journal of Business*, 17 (1): 88-104.
- Deng, F., and Wang, F. 2020. Misoperation monitoring and early warning during startup and shutdown of petrochemical units, *Journal of Loss Prevention in the Process Industries*, 67(2): 93-118.
- Dijkstra, H., van Beukering, P. and Brouwer, R. 2021. In the business of dirty oceans: Overview of startups and entrepreneurs managing marine plastic. *Marine Pollution Bulletin*, 162: 111880.
- Dutta, S., Lanvin, B., León, L.R., and Wunsch-Vincent, S. (eds) 2021. *Global Innovation Index 2021*. Geneva: World Intellectual Property Organization.
- Elmo, G., Arcese, G., Marco, V., Poponi, S., and Pacchera, F. 2020. Sustainability in Tourism as an Innovation Driver: An Analysis of Family Business Reality. *Sustainability*, 12 (5): 61-49.
- Gackstatter, S., Kotzemir, M. and Meissner, D. 2014. Building an innovation-driven economy the case of BRIC and GCC countries, *Foresight*, 16(4): 293-308.
- Ganotakis, P. 2012. Founders' human capital and the performance of UK new technology based firms. *Small Business Economics*, 39 (2): 495-515.
- Gössling, S. 1999. Ecotourism: means to safeguard biodiversity and ecosystem functions?. *Ecological Economics*, 29(1): 303-320.
- Gruchmann, T., Topp, M. and Seeler, S. 2022. Sustainable supply chain management in tourism: a systematic literature review. In *Supply Chain Forum: An International Journal*, (pp. 1-18). Taylor & Francis.
- Kiwala, Y., Olivier, J., and Kintu, I. 2021. Entrepreneurial competence and supply chain value creation in local procurement. *Development Southern Africa*, 38(3): 423-436.
- Kordalska, A., and Olczyk, M. 2021. New patterns in the position of CEE countries in global value chains: functional specialisation approach. *Oeconomia Copernicana*, 12: 35-52.
- Kuckertz, A., Berger, E.S.C., and Brändle, L. 2020. Entrepreneurship and the sustainable bioeconomy transformation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 37: 332-344.
- Lambooy, T., and Levashova, Y. 2011. Opportunities and challenges for private sector entrepreneurship and investment in biodiversity, ecosystem services and nature conservation. *International Journal of Biodiversity Science, Ecosystem Services & Management*, 7 (4): 301-318.
- Maaravi, Y., Heller, B., Amar, S., & Stav, H. 2020. Training techniques for

- entrepreneurial value creation. *Entrepreneurship Education*, 3(2): 215-238.
- Mitchell, J. 2012. Value chain approaches to assessing the impact of tourism on low-income households in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 20 (3): 457-475.
- Nofsinger, J.R., and Wang, W. 2011. Determinants of start-up firm external financing worldwide. *Journal of Banking & Finance*, 35(9): 2282-2294.
- O'Brien, E., Cooney, M.T. and Blenker, P. 2019. Expanding university entrepreneurial ecosystems to under-represented communities, *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 8(3): 384-407.
- Presenza, A., Abbate, T. Meleddu, M., and Sheehan, L. 2019. Start-up entrepreneurs' personality traits. An exploratory analysis of Italian tourism industry. *Current Issues in Tourism*, 23: 1-19.
- Szpilko, D. 2017. Tourism Supply Chain–Overview of Selected Literature. *Procedia Engineering*, 182: 687-693.
- Tripathi, N., Ovivo, M., Liukkunen, K., and Markkula, J. 2019. Startup ecosystem effect on minimum viable product development in software startups, *Information and Software Technology*, 114(2): 77-91.
- Yılmaz, Y. and Bititci, U.S. 2006. Performance measurement in tourism: a value chain model. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(4): 341-349.