

تدوین مدل کارآفرینی پایدار برای گردشگری خوزستان

فرج‌الله رحیمی^۱، دانشیار گروه مدیریت دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

اسماء صالحی، کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

آرزو کیارسی، کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی خوزستان،

اهواز، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۶/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱/۳۰

چکیده

گردشگری به‌عنوان یک صنعت پیشرو و پر رونق در دنیای امروزی است که می‌تواند در همه کشورها به‌ویژه کشورهای کمتر توسعه‌یافته آثار مثبت بسیاری در پاسخ به چالش‌هایی از جمله فقر، بیکاری، مهاجرت، نابرابری و حتی تخریب زیست‌محیطی به همراه داشته باشد. از این رو توسعه کارآفرینی در صنعت گردشگری و در چارچوب پایداری اهمیت می‌یابد. این مقاله مبتنی بر پژوهش کیفی است که با استفاده از استراتژی نظریه‌پردازی داده‌بنیاد به طراحی مدل کارآفرینی پایدار در صنعت گردشگری می‌پردازد. به‌همین منظور به روش نمونه‌گیری نظری که غیرتصادفی بوده و تا زمان اشباع کامل داده‌ها ادامه پیدا کرده است، با ۲۴ تن از مدیران و خیرگان کارآفرینی و گردشگری استان خوزستان، به صورت نیمه‌ساختاریافته مصاحبه انجام شد و متون مصاحبه در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی مورد تحلیل قرار گرفت. مدل پس از طراحی به روش دلفی مورد ارزیابی مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت و به جهت بررسی اجماع، پرسشنامه‌ای بسته طراحی شد که پس از تکمیل آن توسط مشارکت‌کنندگان، ضریب هماهنگی کیندال از طریق نرم‌افزار اسپ‌اس‌اس محاسبه و عدد ۰/۶۳ به‌دست آمد که بیانگر اتفاق نظر و اتمام روش دلفی است. نتایج حاصل از این پژوهش برگرفته از ۱۲۴ مفهوم در قالب ۱۸ مقوله و ۶ مقوله محوری حاصل از مصاحبه‌ها، مدلی را ارائه می‌دهد که به انگیزه‌های روی آوردن به کارآفرینی پایدار در گردشگری و عوامل مؤثر بر آن می‌پردازد و به کارآفرینان و سازمان‌ها و کسب‌وکارهای مرتبط، در توسعه و ترویج موفقیت‌آمیز کارآفرینی پایدار، بهبود سطح اجتماعی مردم محلی، مراقبت از محیط‌زیست منطقه و حفظ منابع برای آیندگان کمک می‌نماید.

کلیدواژه‌ها: پایداری، کارآفرینی پایدار، گردشگری، نظریه‌پردازی داده‌بنیاد

مقدمه

امروزه گردشگری یکی از پر رونق‌ترین فعالیت‌های اقتصادی جهان به شمار می‌آید. این صنعت در بسیاری از کشورها با رشدی سریع‌تر نسبت به سایر بخش‌های اقتصادی و با ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، یک صنعت پیشگام تلقی می‌شود. گردشگری به قدری در پیشرفت جوامع و توسعه اقتصادی آن‌ها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را «صادرات نامرئی» نام نهاده‌اند. صنعت گردشگری به ترتیب پس از صنعت اکتشاف نفت و بهره‌برداری از آن و صنعت خودروسازی در رتبه سوم مهم‌ترین منابع درآمدزایی در جهان قرار دارد (گودن و همکارانش، ۲۰۲۱).^۱ از این‌رو گردشگری و ظرفیت کارآفرینی موجود در آن به عنوان یکی از اصلی‌ترین ارکان اقتصادی جهان و توسعه پایدار می‌باشند و با ایجاد اشتغال و بهبود کیفیت زندگی، به عنوان ابزاری برای ایجاد درآمد ملی قلمداد می‌شوند (شاهد و همکاران، ۱۴۰۰). اما صرف نگاه اقتصادی به گردشگری غلط بوده، بلکه پایداری در منابع گردشگری و آینده‌نگری در حفظ این منابع و مراقبت از محیط‌زیست منطقه، به همان میزان رکن اقتصادی دارای اهمیت است (صداقت، ۱۴۰۰). در این راستا کارآفرینی پایدار مطرح می‌شود. کارآفرینی پایدار که با اقتصاد پیوند خورده، در حالیکه حافظ منابع زیست‌محیطی و مدل‌های کسب‌وکار پایدار است، به عنوانی پاسخی به مصرف فعلی که زیان‌های زیادی را به جهان وارد آورده، پدیدار گشته است. بنابراین بنیان اصلی کارآفرینی پایدار و تمایز آن با کارآفرینی سنتی، هدف آن است؛ یعنی دستیابی به اهداف غیر اقتصادی (اجتماعی و زیست‌محیطی) همراه با اهداف اقتصادی می‌باشد (منیب و همکارانش، ۲۰۲۰).^۲ می‌توان اشاره داشت که موضوع کلیدی کارآفرینی پایدار شامل این مسئله است که کارآفرینان چگونه در حفظ عوامل زیست‌محیطی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی می‌توانند فعالیت داشته باشند که به موجب آن، فعالیت‌های کارآفرین سودآور، ریسک‌پذیر و نوآورانه و خلاق باشد. به عنوان مثال یکی از راه‌های حفظ محیط‌زیست، حذف زباله‌های اطراف محیط گردشگری است و فراتر از پاکسازی محیط، بازیافت و استفاده مجدد از آن زباله‌ها می‌باشد. در واقع از نظر کارآفرینان

1. Guden et al., 2021
2. Muneeb et al., 2020

پایدار، آنچه دیگران زباله دانسته، آن را به چشم یک فرصت تجاری می‌بینند (ناکیجوه لوبوا کیمولی و همکارانش، ۲۰۲۰).

اگرچه کارآفرینی پایدار مطمئناً چاره‌ای قطعی نیست، اما می‌تواند به رفع برخی از مشکلات زیست‌محیطی و اجتماعی این روزهای ما کمک کند (الر، ۲۰۱۹) و به عنوان یک مزیت رقابتی در شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌های جدید کسب‌وکار و تولیدات پایدار باشد (سومرو، ۲۰۲۰ و شاهد و همکارانش، ۱۴۰۰). کارآفرینی پایدار در این راه از مدل‌های نوظهوری استفاده می‌کند تا بتواند تخریب و جنگل‌زدایی را کاهش داده، تغییرات آب‌وهوایی را خنثی کند، اکوسیستم‌ها را بهبود بخشیده، فرآیندهای کشاورزی را تقویت و از تنوع زیستی حمایت نماید و این نوع کارآفرینی را راه‌حلی برای مسائل زیست‌محیطی می‌سازد. اگرچه کارآفرینی پایدار به دنبال تعادل اقتصادی است، اما می‌تواند یک هدف نهایی اقتصادی یا غیراقتصادی داشته باشد. از این نظر هم کارآفرینی پایدار با اهداف اقتصادی و هم کارآفرینی پایدار با اهداف غیراقتصادی به موازات توسعه پایدار کمک می‌کنند (مویا-کلمته، ۲۰۱۹). بنابراین به دلیل وابسته بودن مدل‌های مورد استفاده در کارآفرینی پایدار به فرهنگ، سطح اقتصادی و زیست‌بوم منطقه گردشگری مورد نظر، این تحقیق به دنبال پاسخی مناسب برای این سوال می‌باشد که مدل کارآفرینی پایدار در صنعت گردشگری استان خوزستان چگونه است؟ این مقاله به بررسی و طراحی مدل کارآفرینی پایدار در صنعت گردشگری با استفاده از رویکرد داده‌بنیاد^۵ پرداخته است. مساله اصلی که انگیزه محقق برای نوشتن این مقاله بود اینست که صنعت گردشگری با وجود نقش کلیدی در توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی، اگر تنها از منظر اقتصادی به آن توجه شود، می‌تواند به مشکلات زیست‌محیطی و اجتماعی منجر شود. در نتیجه، تأکید بر توسعه کارآفرینی پایدار که هم به جنبه‌های اقتصادی و هم به جنبه‌های زیست‌محیطی و اجتماعی توجه داشته باشد، اهمیت بسیاری پیدا می‌کند. مشکل اصلی که این مقاله سعی در پاسخ به آن دارد، این است که مدل‌های موجود کارآفرینی ممکن است با شرایط خاص هر منطقه از

1. Nakyejwe Lubowa Kimuli et al., 2020

4. Eller., 2019

3. Soomro., 2020

4. Moya- Clemente., 2019

5. Grounded Theory

جمله فرهنگ، اقتصاد و محیط زیست سازگاری نداشته باشند. بنابراین، نیاز به یک مدل بومی سازی شده از کارآفرینی پایدار در صنعت گردشگری وجود دارد که بتواند در استان خوزستان پیاده سازی شود و به بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی محلی و همچنین حفظ منابع زیست محیطی کمک کند. این مسأله اهمیت دارد زیرا استان خوزستان، به عنوان یک منطقه غنی از نظر منابع طبیعی و فرهنگی، نیازمند رویکردهای نوینی است که ضمن حفظ این منابع، به توسعه پایدار و افزایش رفاه اجتماعی کمک کند. مقاله از طریق مصاحبه با خبرگان و تحلیل داده های حاصل، تلاش می کند مدلی ارائه دهد که بتواند به توسعه کارآفرینی پایدار در این منطقه کمک کند. و سوالی که برای محقق پیش آمده این است که: چگونه می توان با رویکرد داده بنیاد یک مدل کارآفرینی پایدار برای خوزستان طراحی کرد؟

مبانی نظری

اصطلاح «پایداری» از اوایل دهه ۱۹۷۰، یعنی زمانی که برای اولین بار توجه ها به نگرانی های زیست محیطی و بهره برداری بی رویه جلب شد، رواج یافت. تعریف رایج از پایداری توسط «کمسیون جهانی محیط زیست و توسعه»^۱ ارائه شده است. این کمیسیون در سال ۱۹۸۷ بیانیه ای با عنوان «آینده مشترک ما»^۲ منتشر ساخت. براساس این بیانیه، «توسعه ای پایدار است که در عین برآورده ساختن نیازهای کنونی توانایی های نسل آینده را برای رفع نیازهایشان به خطر نیاندازد» (اسلون و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۳). با توجه به سه حوزه پایداری (اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی)، پایداری در بعد اقتصادی بر سودآوری منصفانه، حداقل کردن ضایعات و پسماندها؛ در بعد اجتماعی بر بهبود رفاه و حفاظت از جوامع محلی و بومی؛ و در بُعد محیط زیست بر حفاظت از منابع طبیعی (آب، هوا و خاک) و موجودات زنده تأکید می نماید (نداف، ۱۳۹۷: ۱۲۰).

اما برای کارآفرینی پایدار یک تعریف جامع و جهان شمول وجود ندارد، در واقع به دلیل گستردگی و به بکار بردن این مفهوم در حوزه های مختلفی نظیر: گردشگری، کشاورزی، ورزشی و ... نمی توان تعریف

1. World Commission on Environment and Development
2. Our Common Future

یکپارچه‌ای برای آن یافت و آنرا به طرق متعدد تعریف کرده‌اند که به تعدادی از این تعاریف در قالب جدول ۱ پرداخته شده است.

جدول ۱. تعاریف کارآفرینی پایدار

تعریف	رویکرد	نویسندگان
کسب‌وکارهای جدید می‌توانند روش‌های جدیدی را برای فراهم‌سازی منابع بیشتر برای تولید خدمات و محصولات پیدا کنند. از طرف دیگر ریسک‌های اکولوژیکی و همچنین فشارهای محیط‌زیستی که ممکن است مانع ایجاد فرصت‌های جدید شوند را در نظر بگیرند.	تأکید بر منابع و فرصت‌ها	شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۹۸
کارآفرینی پایدار از طریق تحقق یک تجارت موفق به حل مشکلات اجتماعی و زیست‌محیطی کمک می‌کند و منجر به ارتقاء توسعه پایدار می‌گردد. نوآوری‌ها، محور اصلی این فعالیت‌ها هستند: کارآفرینی پایدار در اصل تحقق نوآوری پایدار با هدف بازار انبوه و ارائه سود به بخش اعظمی از جامعه می‌باشد.	تأکید بر نوآوری	لودکه- فروند، ۲۰۱۹
کارآفرینی پایدار به عنوان شناخت، ایجاد، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی که تولید کالاها و خدماتی را که به سودآوری و پایداری یک شرکت کمک می‌کند و در عین حال به‌طور مستقیم و غیرمستقیم تأثیرات مثبت اجتماعی و محیطی برای جامعه و افراد آن ایجاد می‌کند، تعریف می‌شود. کارآفرینی پایدار در بخش گردشگری به طور گسترده‌ای با این تعریف مطابقت دارد.	منطبق با گردشگری	فیگوروا دومک و همکاران، ۲۰۲۰

منبع: یافته‌های تحقیق

اولوبوسولا اودیمی و همکارانش (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان، «کارآفرینی پایدار: مروری بر رویه‌های کسب‌وکار سبز و تأثیرات زیست‌محیطی» بر نیاز به تحقیق و توسعه مستمر برای افزایش اثربخشی و مقیاس‌پذیری راه‌حل‌های سبز تأکید می‌کنند. این بررسی با ارائه یک نمای کلی از شیوه‌های کسب‌وکار سبز و تأثیرات زیست‌محیطی آن‌ها، به افزایش دانش در مورد کارآفرینی پایدار کمک می‌کند. از آنجایی که کسب‌وکارها در سرتاسر جهان با ضرورت توسعه پایدار دست و پنجه نرم می‌کنند، بینش‌های ارائه‌شده در اینجا به‌عنوان منبعی ارزشمند برای کارآفرینان، سیاست‌گذاران و محققانی که به دنبال عبور از تلاقی رشد اقتصادی و مسئولیت‌های زیست‌محیطی هستند، عمل می‌کند.

رحمان محمدی و همکارانش (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان «طراحی مدل مدیریت منابع انسانی پایدار با تکنیک نظریه زمینه‌ای (کنترل تجربی: گروه صنایع غذایی سولیکو کاله)» به طراحی مدل مدیریت منابع انسانی پایدار با تکنیک نظریه زمینه‌ای (کنترل تجربی: گروه صنایع غذایی سولیکو کله) پرداختند. نمونه‌گیری با استفاده از روش نمونه‌گیری نظری با تکنیک هدفمند و گلوله برفی انجام شد و در نهایت ۱۵ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند که بر اساس آن‌ها تجزیه و تحلیل اطلاعات انجام شده با اجرای استراتژی‌های موجود در این مدل از جمله: توسعه برندسازی کارفرمایی، توسعه مهارت‌های منابع انسانی، سیستم جبران عادلانه، بهترین مکان برای کار و فرآیند مدیریت استعداد، به نتایج قابل توجهی در پایداری کسب‌وکار دست یافت.

پگاه مریدسادات و شکوفه معمل‌وند (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی پایدار گردشگری روستایی (مطالعه موردی: دهستان گلیجان، شهرستان تنکابن)» با جامعه آماری ۲۴۳۰۴ نفر و حجم نمونه محاسبه شده از فرمول کوکران (۳۷۹ نفر) و روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی به این نتیجه دست یافتند که، اهمیت تمامی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی پایدار گردشگری روستایی از حد متوسط بیشتر می‌باشد که در این میان عامل اقتصادی بیشترین اهمیت و عامل محیط‌زیستی پایین‌ترین اولویت را دارد.

نماچنا و موریم‌بیکا^۱ (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان «انگیزه‌های کارآفرینی پایدار و تأثیر آن‌ها بر عملکرد شرکت در استان گوتنگ، آفریقای جنوبی» انجام داده‌اند. این مقاله از تجزیه و تحلیل تجربی بر اساس داده‌های اولیه به دست آمده از مصاحبه با ۹۱ کارآفرین پایدار نشان داد که، انگیزه‌های کارآفرینی پایدار در چهار بعد: بیرونی، امنیت درآمد و استقلال مالی، ذاتی و انگیزه‌های ضرورت در نظر گرفته شده‌است. تجزیه و تحلیل رگرسیون نشان داد که، انگیزه‌های بیرونی و درونی تعیین‌کننده‌های مهم عملکرد شرکت هستند. این انگیزه‌ها را می‌توان برای ارتقاء کارآفرینی پایدار علاوه بر حمایت مکمل مانند بهبود مهارت‌های مدیریت کسب‌وکار و شایستگی کارآفرینان پایدار، هدف قرار داد.

پاپالوکا^۱ و همکارانش (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان «کارآفرینی و پایداری در گردشگری: یک مدل تفسیری»، با استفاده از رویکرد مطالعاتی موردی متعددی مدلی برای ارزیابی پایداری محصولات گردشگری ارائه دادند. این مطالعه با تمرکز بر روی فرآیندهای طراحی محصولات، مدلی را ایجاد می‌کند که به کارآفرینان در ارزیابی پایداری محصولات و نقاط ضعف اصلی آن‌ها کمک کند.

آرگاده^۲ و همکارانش (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان «شناسایی فرصت برای کارآفرینی پایدار: بررسی تأثیر متقابل عوامل فردی و زمینه‌ای در هند» انجام داده‌اند. این مطالعه تجزیه و تحلیل خود را با استفاده از چارچوبی که در ادبیات متعارف کارآفرینی و ادبیات سیستم‌های تجاری ملی (NBS)^۳ قرار دارد، ساختار داده است و یک مطالعه کیفی برای بررسی انگیزه‌های کارآفرینان پایدار هندی در دو بخش: اثری پایدار و پوشش اخلاقی انجام گرفته است. در حالی که این تحقیق نشان می‌دهد که چارچوب متعارف مبتنی بر کارآفرینی بینش‌های مهمی را برای درک فرصت در کارآفرینی پایدار ارائه می‌دهد، تعدادی ویژگی منحصر به فرد کارآفرینی پایدار را در زمینه هند مشاهده کرده که از جمله آن‌ها سوابق شخصی شرکت‌کنندگان و همچنین اولویت‌بندی عوامل انگیزشی می‌باشد.

اهداف و انگیزه‌های روی آوردن به کارآفرینی پایدار

می‌توان سه دسته هدف ترکیبی (از تعامل اهداف: زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی) را برشمرد (هریس و همکاران، ۲۰۰۲):

الف) اهداف اقتصادی و اجتماعی: توزیع درآمد، اشتغال و کمک‌های هدفمند.

ب) اهداف اقتصادی و اکولوژیکی: ارزیابی زیست‌محیطی، ارزش‌گذاری و درون‌گرایی.

ج) اهداف اکولوژیکی و اجتماعی: مشارکت مردم و مباشرت^۵، نظارت اجتماعی و کثرت‌گرایی.

عوامل مؤثر بر توسعه و ترویج کارآفرینی پایدار

1. Ornella Papaluca
 2. Padmaja Argade
 3. National Business Systems
 4. Harris et al., 2002
 5. Stewardship

در این پژوهش با بررسی نزدیک به ۲۰ کتب و مقالات علمی معتبر تعداد ۲۰ عامل مؤثر به جهت توسعه و ترویج موفقیت‌آمیز کارآفرینی پایدار شناسایی گردید که در قالب جدول ذیل آمده است. این عوامل با نتایج به دست آمده از این پژوهش که مختص به صنعت گردشگری و بومی استان خوزستان می‌باشد مقایسه و تحلیل خواهند شد.

جدول ۲. عوامل مؤثر بر کارآفرینی پایدار

نویسندگان	فراوانی تکرار در مقالات و کتب	عوامل مؤثر
ساویتز و وِبر، ۲۰۰۶. ایستی و وینستون، ۲۰۰۶. بلک‌بورن، ۲۰۰۷. ویلارد، ۲۰۰۹. لاسزلو و ژکسمبایوا، ۲۰۱۱. ویدینجر و فیچلر، ۲۰۱۴. اسلون و همکارانش، ۱۳۹۵. شریف‌زاده و همکارانش، ۱۳۹۵. شرفی و همکارانش، ۱۳۹۸. مویا-کلمته و همکارانش، ۲۰۱۹.	۱۰	استفاده بیشتر از انرژی تجدیدپذیر
ساویتز و وِبر، ۲۰۰۶. بلک‌بورن، ۲۰۰۷. لاسزلو و ژکسمبایوا، ۲۰۱۱. ویلارد، ۲۰۰۹. اسلون و همکارانش، ۱۳۹۵. شریف‌زاده و همکارانش، ۱۳۹۵. شرفی و همکارانش، ۱۳۹۸.	۷	بازیابی ضایعات
بلک بورن، ۲۰۰۷. بنیاد ان‌جی‌بی‌آر، ۲۰۱۲. شریف‌زاده و همکارانش، ۱۳۹۵. مریدسادات و معمل‌وند، ۱۳۹۸. شرفی و همکارانش، ۱۳۹۸.	۵	تلفیق ارزش‌های پایدار در اساسنامه و چشم‌انداز

ادامه جدول ۲. عوامل مؤثر بر کارآفرینی پایدار

نویسندگان	فراوانی تکرار در مقالات و کتب	عوامل مؤثر
دبلیوسی‌ای دی، ۱۹۸۷، شریف‌زاده و همکارانش، ۱۳۹۵، مریدسادات و معمل‌وند، ۱۳۹۸، شرفی و همکارانش، ۱۳۹۸.	۴	درگیرکردن کارکنان در مسیر اهداف پایداری
مویا-کلمنته و همکاران، ۲۰۱۹.	۱	کاهش نشر گازهای گلخانه‌ای
شریف‌زاده و همکارانش، ۱۳۹۵، مریدسادات و معمل‌وند، ۱۳۹۸، شرفی و همکارانش، ۱۳۹۸، مویا-کلمنته و همکارانش، ۲۰۱۹.	۴	بهبود کارایی انرژی
شریف‌زاده و همکارانش، ۱۳۹۵، مریدسادات و معمل‌وند، ۱۳۹۸، شرفی و همکارانش، ۱۳۹۸.	۳	حمایت از فعالیت‌های داوطلبانه اجتماعی
دبلیوسی‌ای دی، ۱۹۸۷، شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵.	۲	کاهش استفاده از کاغذ و افزایش استفاده از اتوماسیون در فعالیت‌های اداری
ابراهیمی و رودانی، ۱۳۸۸، شریف‌زاده و همکارانش، ۱۳۹۵، مریدسادات و معمل‌وند، ۱۳۹۸، مویا-کلمنته و همکارانش، ۲۰۱۹، پاپالوکا و همکارانش، ۲۰۲۰.	۴	تمرکز بر ارائه نوآوری در محصولات مرتبط با حفاظت محیط‌زیست
شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵.	۱	مسئندسازی و الگوسازی و نشر عملکرد پایدار از طریق گزارش ماهانه یا سالیانه خبری
سجاسی‌قیداری و همکارانش، ۱۳۹۵، شرفی و همکارانش، ۱۳۹۸.	۲	استفاده کمتر از مواد تخریب‌کننده محیط‌زیست (مانند سموم شیمیایی)
سجاسی‌قیداری و همکارانش، ۱۳۹۲، شریف‌زاده و همکارانش، ۱۳۹۵.	۲	ساخت ساختمان‌های سبز
شریف‌زاده و همکارانش، ۱۳۹۵.	۱	ارزیابی بازده مالی حاصل از سرمایه‌گذاری در عملیات پایدار

ادامه جدول ۲. عوامل مؤثر بر کارآفرینی پایدار

عوامل مؤثر	فراوانی تکرار در مقالات و کتب	نویسندگان
ایجاد معیارها و استانداردهایی برای ارزیابی پیشرفت در مسیر پایداری	۲	مریدسادات و معمل‌وند، ۱۳۹۸. شریف‌زاده و همکارانش، ۱۳۹۵.
کاهش مصرف آب	۲	اسلون و همکارانش، ۱۳۹۵. مویا- کلمته و همکارانش، ۲۰۱۹.
توانمندسازی مدیران محلی / مردم محلی، افزایش تعامل و مشارکت آنها	۲	شرفی و همکاران، ۱۳۹۸. صداقت، ۱۴۰۰.
قوانین، خدمات و برنامه‌های حمایتی و تشویقی دولت	۳	سجاسی‌قیداری و همکارانش، ۱۳۹۲. شرفی و همکارانش، ۱۳۹۸. مریدسادات و معمل‌وند، ۱۳۹۸.
اجرای عملیات خرید سبز	۱	شریف‌زاده و همکارانش، ۱۳۹۵.
تسهیل شرایط ضمانت و وثیقه برای اعطای وام به کارآفرینان	۱	مریدسادات و معمل‌وند، ۱۳۹۸.
آموزش و پژوهش گردشگری	۱	صداقت، ۱۴۰۰.

منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه به اطلاعات ارائه شده و با در نظر گرفتن هدف کلی مقاله که طراحی مدل کارآفرینی پایدار در صنعت گردشگری خوزستان با رویکرد داده‌بنیاد است، می‌توان به این جمع‌بندی رسید که شکاف‌های تحقیقاتی اصلی در این حوزه به شرح زیر است:

- کمبود مطالعات بومی: اگرچه مطالعات متعددی در حوزه کارآفرینی پایدار در گردشگری انجام شده است، اما مطالعاتی که به طور خاص بر روی استان خوزستان و ویژگی‌های منحصر به فرد آن تمرکز کنند، محدود است. این امر نشان می‌دهد که نیاز به تحقیقات بیشتری وجود دارد تا بتوان مدل‌های کارآفرینی پایدار را با توجه به شرایط خاص این استان طراحی و ارائه کرد.
- عدم تمرکز بر فرآیندهای طراحی محصولات: مطالعات قبلی اغلب بر ارزیابی کلی پایداری محصولات گردشگری متمرکز بوده و کمتر به فرآیندهای طراحی این محصولات پرداخته‌اند. در حالی

که در تصویر به اهمیت این موضوع اشاره شده و تأکید شده است که مدل پیشنهادی باید به کارآفرینان در ارزیابی پایداری محصولات و نقاط ضعف اصلی آن‌ها کمک کند.

- اهمیت انگیزه‌های فردی و عوامل زمینه‌ای: مطالعات پیشین نشان داده‌اند که انگیزه‌های فردی کارآفرینان و عوامل زمینه‌ای نقش مهمی در موفقیت کارآفرینی پایدار دارند. با این حال، این مطالعات اغلب به طور جداگانه به این عوامل پرداخته‌اند و کمتر به تعامل بین آن‌ها توجه شده است.
- رویکرد داده‌بنیاد: بسیاری از مطالعات موجود در این حوزه بر اساس نظریه‌های موجود انجام شده‌اند و کمتر از رویکرد داده‌بنیاد استفاده کرده‌اند. در حالی که رویکرد داده‌بنیاد می‌تواند به شناسایی الگوها و روابط پیچیده‌تری بین متغیرهای مختلف کمک کند.

با توجه به شکاف‌های تحقیقاتی ذکر شده، می‌توان نتیجه گرفت که انجام تحقیق حاضر و طراحی مدل کارآفرینی پایدار با رویکرد داده‌بنیاد برای صنعت گردشگری خوزستان، می‌تواند به چندین سوال مهم پاسخ دهد و به توسعه این صنعت به صورت پایدار کمک کند. این مدل می‌تواند به کارآفرینان، سیاست‌گذاران و سایر ذینفعان کمک کند تا تصمیمات بهتری اتخاذ کنند و به اهداف توسعه پایدار نزدیک‌تر شوند.

روش شناسی

از آنجا که پژوهش حاضر بر شکل‌دهی چارچوب نظری جدید «تدوین تئوری» تأکید و نیاز به آشکارسازی دانش ضمنی خبرگان در این حوزه دارد از استراتژی داده‌بنیاد بهره‌می‌برد (حسینی‌زاده‌هرات و همکاران، ۱۳۹۹). در واقع نظریه داده‌بنیاد روشی است برای دستیابی به شناخت پیرامون موضوع مورد مطالعه، و موضوع یا موضوعاتی که پیش از این در مورد آن‌ها تحقیق جامعی نشده است و دانش ما در آن زمینه محدود است (گلیر و اشتراوس، ۲۰۰۹^۱). در این پژوهش به جهت گردآوری اطلاعات از روش میدانی و ابزار مصاحبه استفاده شده است. نمونه‌گیری در این روش، نمونه‌گیری نظری می‌باشد که به صورت هدفمند بوده است و مصاحبه شوندگان براساس اهداف پژوهش انتخاب می‌شوند. روش

نمونه‌گیری نظری غیر تصادفی می‌باشد و نمونه‌گیری و مصاحبه تا زمانی ادامه پیدا می‌کند که فرآیند تجزیه و تحلیل و اکتشاف به اشباع نظری برسد.

اورکوهارت (۲۰۱۳) همچنین از دیدگاه نظریه زمینه‌ای نوشت، اشباع نظری را این‌گونه تعریف می‌کند: «نقطه‌ای در کدگذاری زمانی که متوجه می‌شوید هیچ کد جدیدی در داده‌ها رخ نمی‌دهد. نمونه‌های در حال افزایشی از همان کدها وجود دارد، اما هیچ کد جدیدی وجود ندارد. موضع مشابهی در مورد (عدم) ظهور کدها یا مضامین جدید توسط دیگران اتخاذ شده است. مصاحبه‌های انجام شده به صورت نیمه ساختارمند بوده؛ یعنی بنابر مقتضیات شخصیتی، رفتاری و زمان مصاحبه‌ها که در این پژوهش بین ۳۰ تا ۶۰ دقیقه می‌باشد، ترتیب سؤالات می‌تواند تغییر و حتی سؤالات بازتری از سوی مصاحبه‌گر مطرح شود. سؤالات بر اساس مطالعه پیشینه‌های نظری تدوین شده (ذوالفقاریان و لطیفی، ۱۳۹۰، ۳۱) که نمونه‌ای از پرسش‌های مصاحبه عبارتند از:

- اهمیت و جایگاه کارآفرینی پایدار در استان خوزستان را چه می‌دانید؟
 - از نظر شما، دلایل و انگیزه‌های روی آوردن به کارآفرینی پایدار در گردشگری استان چیست؟
 - از نظر شما، عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی پایدار در گردشگری کدامند؟ و نقش دولت و مدیران ارشد استان در ترویج و توسعه کارآفرینی پایدار در صنعت گردشگری خوزستان را چه می‌دانید؟
 - از نظر شما، مؤلفه‌های کارآفرینی پایدار در حوزه گردشگری کدامند؟
 - گردشگران استان خوزستان عموماً چه افرادی هستند و چه علایق و نیازهایی دارند؟
 - دستاوردها و منافع حاصل از ترویج و توسعه کارآفرینی پایدار را در گردشگری استان چه می‌دانید؟
- در این پژوهش در مجموع با ۲۴ نفر از مدیران و خبرنگاران مطلع در حوزه کارآفرینی و گردشگری استان خوزستان مصاحبه انجام شد. از مصاحبه ۱۶ به بعد تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده شد. به این معنا که نمونه‌گیری پژوهش در مصاحبه هفدهم به اشباع رسید اما به جهت اطمینان با هفت تن دیگر از افراد مطلع مصاحبه ادامه پیدا کرد. هشت مصاحبه انتهایی نیز گویای داده‌های کاملاً تکراری بود که مشخصه اشباع نظری است.

گلیسر و استراوس در کتاب کشف نظریه داده‌بنیاد سه فن کدگذاری پیشنهاد داده‌اند که عبارتند از: کدگذاری باز، کدگذاری محوری، کدگذاری انتخابی (ذوالفقاریان و لطیفی، ۱۳۹۰، ۴۲). داده‌های حاصل از پاسخ مشارکت‌کنندگان در ابتدا، در قالب کدگذاری باز، به صورت جمله به جمله مورد بررسی دقیق قرار گرفته و سپس پیام اصلی یا مفهوم کلیدی که در هر یک از عبارات مستتر بود استخراج شد (صلاحی‌کجور و همکاران، ۱۴۰۰). در ادامه، در مرحله کدگذاری محوری، مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها پالایش گردیده و با توجه به سنخیت و تجانس با سایر مفاهیم در ذیل یک مقوله قرار گرفته‌اند. این فرآیند بارها و بارها تکرار گردید تا پس از پالایش‌های مکرر، مفاهیم به مقوله‌ها و مقوله‌ها نیز هریک بر اساس تجانس مفهومی، در قالب انتزاعی‌تر به‌عنوان مقوله محوری سازماندهی شده‌اند. مرحله پایانی کدگذاری؛ یعنی کدگذاری انتخابی، براساس نتایج دو مرحله قبلی کدگذاری، شکل می‌گیرد. این مرحله، فرآیند یکپارچه‌سازی و بهبود مقوله‌هاست تا نظریه شکل بگیرد (حسینی‌زاده‌هرات و همکاران، ۱۳۹۹). در این مرحله، نظریه‌پرداز داده‌بنیاد، یک نظریه از روابط فی‌مابین مقوله‌های موجود در کدگذاری محوری به نگارش در می‌آورد.

در این پژوهش ارزیابی مدل و پالایش آن به کمک روش دلفی و همچنین مقایسه فرآیند با فرآیندهای موجود در پیشینه‌های معتبر علمی انجام شده است. مضاف بر اینکه با کمک معیار کرسول^۱ اعتباریابی محتوایی آن مورد تأیید و حمایت قرار گرفت. از این‌رو، مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها و مدل حاصل از پژوهش به همراه پرسشنامه‌ای با طیف لیکرت برای ۱۵ تن از مشارکت‌کنندگان جهت ارزیابی ارسال گردیده و مدل و روابط میان مقوله‌ها مورد تأیید آنان قرار گرفته است. در این پژوهش برای بررسی اجماع در روش دلفی و برای خاتمه دادن به آن از ضریب هماهنگی کندال^۲ استفاده شده است.

ضریب هماهنگی کندال یک آزمون ناپارامتریک است و برای تعیین میزان هماهنگی و اتفاق‌نظر میان نظرات اعضای پانل دلفی استفاده می‌شود. این ضریب به راحتی توسط نرم‌افزار SPSS قابل محاسبه است. پس از بازبینی مشارکت‌کنندگان و پاسخ آنان به پرسشنامه طراحی شده ضریب کندال به‌دست‌آمده از

1. Creswell

2. Kendall's Coefficient of Concordance (w)

نرم افزار ۰/۶۳۰ می باشد که بالاتر از ۰/۵ بوده بنابراین، بیانگر اتفاق نظر بیش از ۶۰ درصدی پاسخ دهندگان و اتمام روش دلفی است. علاوه بر آن، مدل حاصل از پژوهش و روابط میان مقوله‌ها را با فرآیندهای موجود در پیشینه‌های تخصصی و علمی معتبر که به تعدادی از آن‌ها در ادبیات نظری تحقیق اشاره شد، مقایسه کرده و برای هریک از روابط، مدرک و پیشامد یافت شد و اعتبار آن تعیین شد. همچنین کرسول برای نیل به اعتبار یا روایی پژوهش کیفی، هشت راهبرد را پیشنهاد می‌دهد که البته در انتها تذکر می‌دهد که رعایت دست کم دو راهبرد در هر پژوهش کیفی می‌تواند برای پژوهش اعتباری قابل قبول ایجاد کند (حسینی زاده‌هرات و همکارانش، ۱۳۹۹). در این پژوهش سه معیار از هشت معیار "کرسول" مطرح شده به جهت تأیید روایی پژوهش، مورد بررسی قرار گرفت. لذا با توجه به درگیری طولانی مدت با فضای پژوهش «معیار اول»، و استفاده از منابع اطلاعاتی متنوع نظیر کتب و مقالات علمی و معتبر و مصاحبه با افراد جورواجور اعم از زن و مرد، دارای دانش به‌روز و یا با تجربه و ... «معیار دوم» و دریافت نظر ۱۵ نفر از مشارکت‌کنندگان در دسترس در ارتباط با اعتبار یافته‌ها و تفسیر آن‌ها «معیار سوم»، روایی پژوهش مورد تأیید و حمایت قرار گرفت.

یافته‌ها

در ادامه فرآیند کدگذاری محوری تحت قالب مدل پارادایمی، با لحاظ شرایطی، یکی از مقوله‌های محوری را با عنوان پدیده محوری اصلی در مرکز فرآیند قرار داده و ارتباط سایر مقوله‌های محوری را با آن مشخص می‌کند (درویش و همکارانش، ۱۳۹۳). در پژوهش حاضر ارتباط سایر مقوله‌های محوری با «مقوله محوری اصلی» تحت چهار عنوان: «شرایط علی»، «شرایط مداخله‌گر»، «کنش یا راهبردها» و «پیامدها»، تحقق یافته است. مقوله محوری اصلی، صورت ذهنی از پدیده ایست که اساس فرآیند می‌باشد (داوری و امامی، ۱۳۸۶). بنابراین، بر اساس نتیجه حاصل از مصاحبه‌ها و پس از کدگذاری باز و محوری داده‌ها و بررسی ویژگی مورد نیاز برای مقوله محوری اصلی، «کارآفرینی پایدار در گردشگری» به عنوان مقوله محوری اصلی انتخاب شد. چرا که مقوله محوری کارآفرینی پایدار در گردشگری می‌تواند سایر مقوله‌های محوری را در بر گرفته و با آن‌ها تجانس مفهومی دارد. کارآفرینی پایدار در گردشگری را چهار مولفه در بر می‌گیرد.

۱. تفکر بین رشته‌ای: به جهت ارتباط کارآفرینی و پایداری و بکارگیری آن در گردشگری به یک دیدگاه تلفیقی، جامع و کل‌نگر نیاز است که بتوان تمام ابعاد پایداری (اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی) را به طور همزمان و یکپارچه در گردشگری و کسب‌وکارهای مرتبط با آن لحاظ نماید و مفهومی به نام کارآفرینی پایدار را در گردشگری سبب شود. همچنین این دیدگاه تصمیم‌گیری صحیح در ارتباط با منافع و مشروعیت تمام ذینفعان را به دنبال دارد.

۲. تفکر بصیرت‌گرا: توانایی تجزیه و تحلیل و ترسیم تصویری از آینده که تاثیر تصمیم‌گیری‌ها درباره مسائل زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی در سطح منطقه و حتی فراتر از آن در سطح ملی و جهانی را نشان دهد، از دیگر ویژگی‌های کارآفرینان پایدار در این حوزه می‌باشد. همچنین این تفکر به مهارت شناسایی به موقع فرصت‌های کارآفرینی پایداری در حوزه مربوطه منتج می‌گردد.

۳. حمایت جمعی: کارآفرینی پایدار در گردشگری یک حمایت و همدلی جمعی را می‌طلبد. از این رو برانگیختن حمایت دولت و مسئولین در کنار همراه‌سازی مردم بومی منطقه از دیگر ویژگی‌های کارآفرینی پایدار در گردشگری است.

۴. مدیریت راهبردی: از دیگر ویژگی‌های مورد انتظار در کارآفرینی پایدار مدیریت راهبردی می‌باشد که به پیشبرد، اجرا و کنترل نتایج حاصل از توسعه و ترویج کارآفرینی پایدار در گردشگری کمک شایسته‌ای می‌نماید و بستر را برای خلاقیت، نوآوری و ایجاد تعهد و تفاهم منافع، در دست‌اندرکاران را فراهم می‌سازد.

پس از بررسی داده‌های به دست آمده از متن ۲۴ مورد مصاحبه انجام شده، ۱۲۴ مفهوم و ۱۸ مقوله و ۶ مقوله محوری، طبق جدول زیر استخراج گردید.

جدول ۳. کدگذاری داده‌ها

مفاهیم	مقوله‌ها	مقوله محوری
<p>(۱) فشار جوامع بین‌المللی به جهت نگرانی‌های زیست‌محیطی.</p> <p>(۲) از بین رفتن تنوع زیستی و گونه‌های گیاهی و جانوری. (۳) حفظ منابع برای آیندگان: برای نسل آینده تهدید ناشییم و بدانیم که منابع در اختیار ما امانت هستند. (۴) افزایش آگاهی مردم از مسائل اکولوژیکی که سبب سوق کسب‌وکارها به سوی ارائه محصولات سبز شده است. (۵) آلودگی آب. (۶) آلودگی هوا و پدیده ریزگردها. (۷) آلودگی و فرسایش خاک. (۸) بروز پدیده خشکسالی. (۹) تلاش در جابه‌جایی غیر اصولی منابع طبیعی استان به سایر نقاط کشور. (۱۰) طرح‌ریزی غیراصولی پروژه‌های عظیم و صنعتی در استان بدون توجه به تابنده‌ها و مسائل زیستی. (۱۱) تخریب تالاب‌ها، جنگل‌ها و سایر زیستگاه‌های خاص و منحصر به فرد استان.</p>	<p>الف) انگیزه «فشار»‌های زیست‌محیطی</p>	دلایل و انگیزه‌های روی آوردن به کارآفرینی پایدار در گردشگری (شرایط علی-فشارهای محیطی)
<p>(۱) عدالت و برابری اجتماعی: توزیع عادلانه منافع حاصل از گردشگری.</p> <p>(۲) مهاجرت بی‌رویه از مناطق روستایی به شهرها و از شهرها به مرکز استان.</p> <p>(۳) وابستگی مناطق روستایی به درآمد کشاورزی و اقتصاد تک محصولی. (۴) فقر و بیکاری.</p> <p>(۵) نیاز به آگاه‌سازی گردشگران از فرهنگ و آداب جامعه میزبان.</p>	<p>ب) انگیزه «فشار»‌های اجتماعی - اقتصادی</p>	
<p>(۱) پتانسیل بالای استان و نیاز به شکوفاسازی پتانسیل‌ها.</p> <p>(۲) رقابت در حوزه صنعت گردشگری با سایر استان‌ها و کشورهای همسایه.</p> <p>(۳) پایین بودن کیفیت و کمیت خدمات گردشگری.</p> <p>(۴) نیاز به نگاه تلفیقی، متنوع و تفکر بین‌رشته‌ای.</p> <p>(۵) پیشگام شدن و استفاده از تکنولوژی و ابزارهای روز دنیا.</p> <p>(۶) ترافیک. (۷) عدم نگاه علم‌محور به گردشگری.</p>	<p>ج) انگیزه «فشار»‌های فنی و علمی</p>	
<p>(۱) حمایت مدیران و مسئولان استانی. (۲) تعیین اهداف و چشم‌انداز شفاف و تلفیق آن با ارزش‌های پایدار. (۳) ثبات مدیریتی در بخش گردشگری. (۴) الگوبرداری از استان‌های موفق و همچنین کشورهای پیشرفته در حوزه گردشگری. (۵) تشکیل تیم‌ها و گروه‌های خبره و متخصص در حوزه‌های کارآفرینی، محیط‌زیست و گردشگری از سوی مدیران استانی.</p> <p>(۶) هم‌افزایی سازمان‌های مربوطه: هنر تلفیق (مثلا درخت‌کاری و کاشت نخل در کنار جاده، ایجاد فضای سبز در شهرک‌های صنعتی و ...) (۷) بسیج تمام منابع برای کمک به موفقیت در توسعه کارآفرینی پایدار در گردشگری. (۸) حمایت از کسب‌وکارهای کوچک و محلی.</p> <p>(۹) ارج نهادن مدیریت به ایده‌های نو و خلاقانه. (۱۰) نظارت مدیریت بر برنامه‌ها.</p> <p>(۱۱) تحلیل دقیق از نیازهای امروز و آینده. (۱۲) داشتن طرح نمونه اولیه.</p>	<p>الف) عوامل مدیریتی / نهادی</p>	عوامل مؤثر بر ترویج و توسعه موفقیت آمیز کارآفرینی پایدار در گردشگری

ادامه جدول ۳. کدگذاری داده‌ها

مفهومها	مقوله‌ها	مقوله محوری
<p>(۱۳) تسهیل مراحل راه‌اندازی کسب‌وکارهای گردشگری به لحاظ زمان و هزینه.</p> <p>(۱۴) همکاری سازمان‌های مربوط در بخش واگذاری اراضی به جهت توسعه فعالیت‌های گردشگری. (۱۵) ایجاد نهادهای ارتباطی میان دانشگاه‌ها و صنعت گردشگری.</p> <p>(۱۶) مدیریت بیمه در گردشگری. (۱۷) ایجاد امنیت اجتماعی و اقتصادی در منطقه.</p>	الف) عوامل مدیریتی / نهادی	عوامل مؤثر بر ترویج و توسعه موفقیت آمیز کارآفرینی پایدار در گردشگری
<p>(۱) مدیریت پسماندها و فاضلاب‌های منتهی به رودخانه‌ها.</p> <p>(۲) حفاظت دائم و مستمر از محیط و استخدام نیروهای حراست در مناطق توریستی و به‌ویژه در محیط‌های طبیعی و بکر. (۳) ارائه نوآوری در محصولات مرتبط با حفاظت از محیط‌زیست.</p> <p>(۴) آموزش در زمینه فرهنگ عمومی محیط‌زیست. (۵) محدود‌بندی (منطقه‌بندی) مناطق گردشگری. (۶) استفاده بیشتر از انرژی‌های تجدیدپذیر. (۷) بازیافت.</p> <p>(۸) انجام پروژه‌ها و برنامه‌های تحقیقاتی-پژوهشی در مورد استفاده پایدار از منابع (آب، خاک و ...) و حفاظت از تنوع زیستی. (۹) افزایش آگاهی ساکنین نسبت به اهمیت محیط‌زیست.</p>	ب) عوامل زیست‌محیطی	
<p>(۱) جذب سرمایه‌گذار داخلی و خارجی. (۲) کاهش میزان ریسک سرمایه‌گذاری در منطقه.</p> <p>(۳) استفاده حداکثری از بخش خصوصی و حمایت از آن‌ها.</p> <p>(۴) همکاری بانک‌های عامل در ارائه تسهیلات به سرمایه‌گذاران.</p> <p>(۵) اختصاص یارانه به کارآفرینان.</p> <p>(۶) افزایش سهم اعتبارات استانی به جهت توسعه صنعت گردشگری.</p> <p>(۷) توجیه هزینه-فایده بکارگیری کارآفرینی پایدار در گردشگری.</p> <p>(۸) وجود بانک اطلاعاتی به جهت ارائه نیازهای اطلاعاتی سرمایه‌گذاران.</p>	ج) عوامل اقتصادی	
<p>(۱) افزایش شاغلان ماهر و صلاحیت‌دار محلی.</p> <p>(۲) حفظ، و زنده نگه‌داشتن آداب و رسوم و سنن بومی و قدیمی.</p> <p>(۳) توسعه تجارت‌های کوچک و کسب‌وکارهای خانگی (مانند: کمپ‌ها، مضاف‌های بومی، ویلا، اتاق‌های اجاره‌ای روستایی و ...).</p> <p>(۴) احداث بازارچه‌های صنایع دستی و محصولات بومی.</p> <p>(۵) راهنما و تورگردان‌های محلی. (۶) رفتار دوستانه ساکنان محلی.</p> <p>(۷) احترام به فرهنگ جامعه میزبان و تدوین کدهای اخلاقی گردشگری.</p> <p>(۸) مشارکت‌دهی و تشویق مردم و جوامع محلی.</p>	د) عوامل اجتماعی	عوامل مؤثر بر ترویج و توسعه موفقیت آمیز کارآفرینی پایدار در گردشگری

ادامه جدول ۳. کدگذاری داده‌ها

مفاهیم	مقوله‌ها	مقوله محوری
<p>(۱) ارتقاء زیرساخت فنی «سخت‌افزار و نرم‌افزار» شامل: زیرساخت‌های تفریحی، بین‌راهی، دفع زباله و ...</p> <p>(۲) نگهداری و ترمیم چشم‌اندازها و بافتهای سنتی / تاریخی استان.</p> <p>(۳) استانداردهای قابل قبول در ارائه خدمات رفاهی مانند حمل‌ونقل، سیستم مخابراتی، امکانات بهداشتی و ... (۴) افزایش دسترسی به برنامه‌های آموزشی-ترویجی کارآفرینی.</p> <p>(۵) تهیهٔ اپلیکیشن مسیریاب ویژه برای گردشگری استان.</p> <p>(۶) توسعه فضای سبز شهری و استفاده مناسب از نورپردازی در سطح شهر.</p>	<p>ه) عوامل زیرساختی/علم و فناوری</p>	عوامل مؤثر بر ترویج و توسعهٔ موفقیت آمیز کارآفرینی پایدار در گردشگری
<p>(۱) تبلیغ و تولید محتوا از مراکز گردشگری، غذاهای محلی و ...</p> <p>(۲) ایجاد هتل‌ها و اقامتگاه‌های بومی و سنتی.</p> <p>(۳) آژانس‌های کرایه اتومبیل (۴) دفاتر خدمات مسافرتی.</p> <p>(۵) احداث مراکز خرید بزرگ و مجهز.</p> <p>(۶) جذب گردشگر متناسب با ظرفیت منطقه.</p> <p>(۷) ترویج ابزار اطلاع‌رسانی نظیر رسانه‌های اجتماعی و نشریات. به منظور بالا بردن آگاهی.</p> <p>(۸) تغییر نوع استفاده از ساختمان‌ها و بناهای قدیمی بر اساس نیازهای جدید (مثال: تبدیل حمام‌های تاریخی به موزه یا سالن‌های پذیرایی).</p>	<p>و) عوامل بازاریابی و خدمات</p>	
<p>(۱) وجود ارتباطی منطقی بین کارآفرینی و پایداری و نیاز به داشتن یک دید جامع و کل‌نگر. (۲) الزام به تفکری تلفیقی در ارتباط با هر سه بعد پایداری و بکارگیری همزمان آنها در گردشگری و کسب‌وکارهای مربوطه. (۳) تصمیم‌گیری در رابطه با منافع، مسئولیت و مشروعیت تمام ذینفعان در زمینه‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی. (۴) تشکیل یک تیم متخصص متشکل از خبرگان امور اجتماعی، کارآفرینی و اشتغال و فعالان محیط‌زیست.</p> <p>(۵) به حداکثر رساندن تبادل دیدگاه‌ها و یادگیری. در گروه‌های مختلف.</p>	<p>الف) تفکر بین‌رشته‌ای</p>	ویژگی‌های (مونه‌های) کارآفرینی پایدار
<p>(۱) توانایی تجزیه و تحلیل و همچنین مهارت ترسیم تصویری از آینده که در آن تأثیر تصمیمات محلی درباره مسائل محیط‌زیست، اجتماعی و اقتصادی در سطح خرد و کلان را بیان دارد. (۲) مهارت شناسایی فرصت به شکل پیشگامانه.</p>	<p>ب) تفکر بصیرت‌گرا</p>	
<p>(۱) همراه کردن جوامع محلی (اهالی). (۲) برانگیختن حمایت دولت و مسئولین.</p>	<p>ج) حمایت جمعی</p>	
<p>(۱) بسترسازی به جهت خلاقیت و نوآوری. (۲) ایجاد تعهد و تفاهم در کارکنان و دست‌اندرکاران. (۳) کمک به پیشبرد، اجرا و کنترل نتایج.</p>	<p>د) مدیریت راهبردی</p>	

ادامه جدول ۳. کدگذاری داده‌ها

مفاهیم	مقوله‌ها	مقوله محوری
	الف) پشتیبانی «تحقیق و توسعه»	الزام واکنش سازمان‌ها و کسب‌وکارهای مربوطه به کارآفرینی پایدار در گردشگری
	ب) تصمیمات	
	الف) مشخصه‌های رقابتی	دستاوردها و پیامدهای حاصل از ترویج و توسعه کارآفرینی پایدار در صنعت گردشگری (مشخصه‌های استان پایدار در گردشگری)
	ب) مشخصه‌های توانمندسازی جوامع محلی	

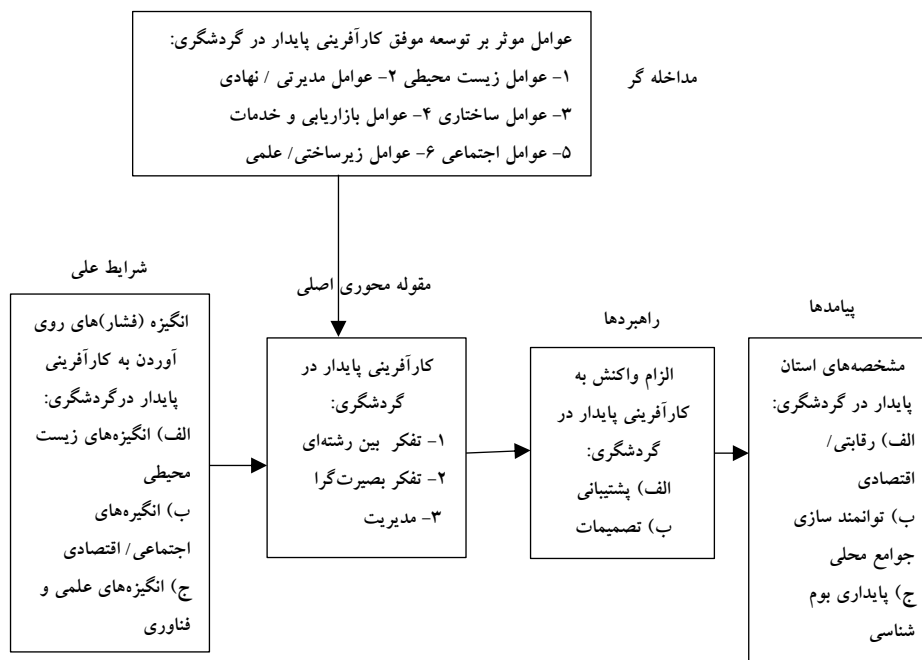
ادامه جدول ۳. کدگذاری داده‌ها

مفاهیم	مقوله‌ها	مقوله محوری
(۱) حفظ منابع برای آیندگان. (۲) تلفیق حفاظت و توسعه. (۳) ساخت و سازهای پایدار و کنترل شده (۴) کنترل جذب گردشگر متناسب با ظرفیت منطقه. (۵) کنترل تنوع زیستی و کاهش مرگ و میر گونه‌های گیاهی و جانوری. (۶) کنترل آلودگی هوا، خشکسالی و آتش‌سوزی (۷) پیش‌بینی تغییرات احتمالی و واکنش به‌موقع و مناسب در برابر تغییرات و حتی فراتر از آن، کنترل آینده. (۸) کاهش تولید زباله‌های مخرب. (۹) بهره‌برداری از چشم‌اندازهای طبیعی، بدون آنکه ماهیت آن‌ها را تغییر دهد یا مواد اولیه آنها دستخوش تغییر شوند یا آن‌ها را به مناطق دیگر حمل و نقل کند.	پ) مشخصه‌های پایداری بوم‌شناختی (بهبود کیفیت محیط)	دستاوردها و پیامدهای حاصل از ترویج و توسعه کارآفرینی پایدار در صنعت گردشگری (مشخصه‌های استان پایدار در گردشگری)

منبع: یافته‌های تحقیق

بر اساس پاسخ‌های مشارکت کنندگان به سوالات و فرآیند سه مرحله‌ای کدگذاری مبتنی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، مدل کارآفرینی پایدار در صنعت گردشگری استان خوزستان طراحی گردید. این مدل بر اساس رابطه ظهوریافته میان مقولات در طی فرآیندهای کدگذاری باز، محوری و انتخابی و به ویژه پس از تعیین مقوله محوری اصلی مشخص شد و همان‌طور که پیش از این در فصل سوم اشاره شد، در رهیافت گلگیری به داده بنیاد، لزومی به تبعیت از نمودارهای علی و یا از قبل مشخص شده در این رابطه وجود ندارد. مدل پارادیمی پژوهش (شکل ۳)، به دست آمده از پاسخ ۲۴ مشارکت‌کننده پژوهش و کدگذاری داده‌های حاصل از مصاحبه‌های آنان می‌باشد. این مدل با محوریت مقوله محوری اصلی یعنی کارآفرینی پایدار در گردشگری پدید آمده است و سعی در ارائه وضعیتی کلی دارد که مطالب به دست آمده را دربرگیرد که علاوه بر مقوله محوری اصلی، دارای چهار بخش: شرایط علی، کنش - کنش متقابل، شرایط مداخله‌گر و پیامدها می‌باشد. این مدل ابتدا با مشخص کردن دلایل و فشارهای موجود (شرایط علی)، ایجاد انگیزه در سازمان‌های مربوطه و کسب‌وکارها برای حرکت به سوی پایداری در گردشگری را توجیه می‌کند. در ادامه، مدل پژوهش پس از توجیه نیاز و ضرورت به کارآفرینی پایدار در گردشگری، واکنش سازمان‌ها و کسب‌وکارهای مربوطه به فشارهای موجود (شرایط علی) و چگونگی کمک کارآفرینی پایدار

در گردشگری (مقوله محوری اصلی) برای بهره‌گیری از فرصت‌ها و غلبه بر تهدیدها و نیز بهبود نقاط قوت و رفع نقاط ضعف را نشان می‌دهد. سپس عوامل مؤثر (شرایط مداخله‌گر) بر ترویج و توسعه موفقیت آمیز چنین مفهومی را تحت شش عنوان: ۱. عوامل مدیریتی- نهادی، ۲. زیست محیطی، ۳. زیرساختی- علمی، ۴. اقتصادی، ۵. اجتماعی- محلی و ۶. بازاریابی- خدمات حاصل از تحلیل پاسخ مشارکت‌کنندگان به پرسش‌های پژوهش تبیین می‌نماید. در آخر و با توجه به ویژگی‌ها و پیامدهای حاصل از ترویج و توسعه کارآفرینی پایدار در گردشگری، مدل حاصل نیز مشخصه‌های استان پایدار در گردشگری که در سه دسته رقابتی- اقتصادی (مانند: پیشگام شدن استان در زمینه پایداری و گردشگری «ایجاد مزیت رقابتی»)، توانمندسازی جوامع محلی (مانند: ایجاد منبع جدید اقتصادی: ایجاد فرصت‌های شغلی برای جوانان، بانوان، افراد بیکار و ...) و بهبود کیفیت محیط (حفظ منابع برای آیندگان) را ترسیم می‌نماید. شکل ۱ روابط میان مقوله‌ها را بر اساس مدل پارادایمی پس از ارزیابی و تأیید توسط مشارکت‌کنندگان پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ۱: مدل کارفرینی پایدار در گردشگری استان خوزستان (مدل پارادایمی تحقیق) منبع: یافته‌های تحقیق

شرایط‌علی در مدل پارادایمی، شرایط و عواملی‌اند که باعث ایجاد و توسعه مقوله محوری اصلی (که در این پژوهش کارآفرینی پایدار در گردشگری است) می‌شوند. در ادامه و پس از توجیه نیاز و ضرورت به توسعه کارآفرینی پایدار در گردشگری، مقوله محوری شرایط مداخله‌گر تحت عنوان «عوامل مؤثر بر توسعه موفق کارآفرینی پایدار در گردشگری» حاصل از تحلیل پاسخ مشارکت‌کنندگان به سوالات تحقیق تبیین می‌شود. شرایط مداخله‌گر مجموعه‌ای از وضعیت‌هایی‌اند که ضمن تأثیر بر راهبردها و مقوله محوری اصلی، مداخله‌گری سایر عوامل را تسهیل یا محدود می‌کنند. سپس مدل، الزام و اکنش سازمان به فشارهای موجود (شرایط‌علی) و چگونگی کمک کارآفرینی پایدار در گردشگری (مقوله محوری اصلی) به جهت بهره‌گیری از فرصت‌ها و غلبه بر تهدیدها و نیز بهبود نقاط قوت و رفع نقاط ضعف را نشان می‌دهد. بنابراین، مقوله محوری «الزام به واکنش به کارآفرینی پایدار» تحت عنوان راهبردها به دست می‌آید که خود شامل دو مقوله پشتیبانی و تصمیمات و شش مفهوم (جدول ۳) می‌باشد. در آخر و با توجه به ویژگی‌ها و توانایی‌های کارآفرینی پایدار در گردشگری، مدل حاصل نیز ۲۹ مورد «مشخصه استان پایدار در گردشگری» که در سه دسته پایداری بوم‌شناختی، توانمندسازی جوامع محلی و اقتصادی/ رقابتی مطرح شده‌اند را نمایش می‌دهد.

اغلب مطالعات انجام شده با موضوعیت کارآفرینی پایدار از نوع نظری هستند تا تجربی و میدانی، اما در این پژوهش علاوه بر آن که به مرور نسبتاً گسترده‌ای از مطالعات داخلی و خارج از کشور در موضوع پدیده مورد بحث پرداخته شده‌است، یک مطالعه بر شواهد عملی از دیدگاه خبرگان و مناظر مختلف به پدیده مورد مطالعه می‌باشد. پژوهش حاضر به روش کیفی با ابزار مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته انجام شده است، یعنی؛ از محدودیت‌های روش کمی (از جمله پاسخ‌ها و گزینه‌های محدود از قبل طراحی شده) آزاد بوده و دست مصاحبه‌گر در طرح پرسش‌ها و بیان عبارات اقتضایی روشنگر در هر مصاحبه، و به ویژه مصاحبه شونده در ارائه پاسخ‌های دلخواه به زبان خود و مشروح مبتنی بر تجارب پیشین و به دور از نگرانی‌های مختلف (به دلیل ایجاد فضای صمیمی و مبتنی بر رعایت اخلاق پژوهش توسط پژوهشگر)، بوده است. در پژوهش‌های پیشین صرفاً تعداد محدودی از عوامل به شکل نظری و یا تجربی مورد طرح و بحث (و نه تبیین) قرار گرفته است. با این حال، در این پژوهش به‌طور گسترده و عمیق به شناسایی،

توصیف و تبیین کارآفرینی پایدار در بستر یک صنعت خاص پرداخته شده است و یک مدل و الگوی جامع برای پیاده‌سازی موفق آن ارائه گردید، به طوری که برخی از مقولات و مفاهیم استخراج شده در پژوهش حاضر در مطالعات پیشین مدنظر قرار نگرفته است. به‌عنوان مثال از طریق بررسی نزدیک به ۲۰ مطالعه پیشین (جدول ۲)، ۲۰ عامل مؤثر بر کارآفرینی پایدار شناسایی گردید و اما مدل تحقیق پیش‌رو حاصل از پاسخ مشارکت‌کنندگان، تعداد ۵۶ عامل مؤثر (جدول ۳- شرایط مداخله‌گر) را معرفی می‌نماید که علاوه بر اینکه تاثیر این عوامل بر کارآفرینی پایدار در صنعت خاص گردشگری و جغرافیای خاص خوزستان می‌باشد، جزئیات دقیق‌تر و تازه‌تری را نسبت به مطالعات پیشین ارائه می‌دهد. بنابراین مدل به‌دست‌آمده از داده‌های تحقیق، کمک شایانی به کسب‌وکارها و سازمان‌های مرتبط در راستای توسعه و ترویج موفقیت‌آمیز کارآفرینی پایدار در صنعت گردشگری خوزستان می‌نماید.

با توجه به دستاوردها و پیامدهای کارآفرینی پایدار در صنعت گردشگری، ابتدا باید مدیران و مسئولین محلی طی جلساتی نسبت به ضرورت استفاده از کارآفرینی پایدار و سرمایه‌گذاری در این راستا توجیه شوند، چرا که با توجه به یافته‌های پژوهش، سرمایه‌گذاری در این راستا می‌تواند در بلندمدت منجر به برقراری نظم و تعادل در تنوع زیستی و حفاظت از گونه‌های گیاهی و جانوری گردد و کمک کند که برای نسل‌های آینده تهدید نباشیم و بدانیم که منابع در اختیار ما امانت هستند. بنابراین به سازمان‌ها و مدیران پیشنهاد می‌شود هزینه‌های بالا در این زمینه را مانع کار ندانسته و در زمان اجرای طرح مذکور به تعهدات خود، به‌ویژه تعهدات مالی پایبند بمانند.

با توجه به این‌که بنابر داده‌های حاصل از مصاحبه‌های این پژوهش یکی از ویژگی‌های مهم کارآفرینی پایدار در گردشگری «تفکر بین رشته‌ای» شناسایی شده است، پیشنهاد می‌گردد اتاق فکری متشکل از متخصصین و خبرگان امور اجتماعی، کارآفرینی و اشتغال، فعالان محیط‌زیست و ... به جهت تبادل نظر و ایجاد یک دیدگاه تلفیقی در ارتباط با ابعاد پایداری و به‌کارگیری موفق آن در گردشگری و کسب‌وکارهای مرتبط با آن گردهم‌آیند و با برگزاری جلسات مشترک و تشکیل مجمعی متخصص، به یک هم‌افزایی در زمینه توسعه گردشگری پایدار استان خوزستان دست یابند.

در پژوهش پیش‌رو، سازمان‌های مرتبط با حوزه کارآفرینی و گردشگری استان در جامعه آماری لحاظ شده‌اند و حداقل با دو الی سه نفر از خبرگان این سازمان‌ها در زمینه «گردشگری، محیط‌زیست، اجتماعی و سودآوری اقتصادی» مصاحبه صورت گرفته است. اما از کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری تنها مالکان هتل‌ها و اقامتگاه‌های بوم‌گردی استان که عمدتاً جز کسب‌وکارهای بزرگ در گردشگری محسوب می‌شوند در این پژوهش مشارکت داشته‌اند. لذا برای شناسایی شکاف‌های موجود در دیگر کسب‌وکارهای گردشگری و یافتن راه‌حل‌های مناسب برای مواجهه با چالش ناپایداری، به محققین پیشنهاد می‌گردد دیگر کسب‌وکارهای گردشگری در مقیاس کوچک و متوسط را در تحقیقات آتی مورد بررسی و مقایسه قرار دهند.

منابع

- اسلون، فیلیپ. لگراند، ویلی. سی‌چن، جوزف. (۱۳۹۵). پایداری در صنعت گردشگری با تأکید بر مهمان‌نوازی. ترجمه حبیب ابراهیم‌پور، یاور بابایی، الناز سخندان و پرویز پورکریمی. تهران: نشر نور علم.
- حسینی‌زاده‌هرات، زهرا. معین‌الدین، محمود. حیرانی، فروغ. (۱۳۹۸). طراحی مدل هتلداری سبز سودآور مبتنی بر استراتژی داده‌بنیاد. فصلنامه علمی- پژوهشی گردشگری و توسعه. ۹(۴): ۲۸۳-۲۶۹.
- ذوالفقاریان، محمدرضا. لطیفی، میثم. (۱۳۹۰). نظریه‌پردازی داده‌بنیاد با Nvivo8. تهران: دانشگاه امام‌صادق(ع).
- شاهد، سیدحسین. رحمانی، بیژن. مرید سادات، پگاه. (۱۴۰۰). تبیین مؤلفه‌های گردشگری و توسعه کارآفرینی پایدار در نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان همدان. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. ۲۱(۶۰): ۳۹۹-۴۲۰.
- شرفی، مرضیه. ضیاء، بابک. سمیعی، روح‌الله. مستقیمی، محمدرضا. (۱۳۹۸). شناسایی عوامل مؤثر در اشتغال با رویکرد کارآفرینی پایدار مبتنی بر سیاست‌های کلی اشتغال، ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری. فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی. ۲(۳): ۳۷-۶۰.
- شریف‌زاده، محمدشریف، عبدالله‌زاده، غلامحسین. اکبری، مرتضی و مبینی‌دهکردی، علی. (۱۳۹۵). کارآفرینی و پایداری: به سوی کارآفرینی پایدار. تهران: سازمان جهاد دانشگاهی تهران.
- صداقت، مریم. (۱۴۰۰). مدل جامع توسعه پایدار گردشگری جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه علمی- پژوهشی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. ۱۰(۳۶): ۲۸۸-۳۱۶.
- صلاحی‌کجور، عظیم. رضوی، سیدمحمدحسین. امیرنژاد، سعید، محمدی، نصرالله، تقی‌پوریان، محمدجواد. (۱۴۰۰). طراحی الگوی گردشگری هوشمند در صنعت ورزش با رویکرد داده‌بنیاد. فصلنامه علمی- پژوهشی گردشگری و توسعه. ۱۰(۳): ۱۸۰-۱۶۷.

میردسادات، پگاه. معمل‌وند، شکوفه. (۱۳۹۸). عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی پایدار گردشگری روستایی (مطالعه موردی: دهستان گلیجان، شهرستان تنکابن). پژوهش‌های دانش زمین. ۱۰(۴۰): ۹۱-۱۰۷.

نداف، مهدی. (۱۳۹۷). مبانی اخلاق حرفه‌ای مدیریت کسب‌وکار. تهران: مهرگان قلم.

- Argade, P., Salignac, F., & Barkemeyer, R. (2021). Opportunity identification for sustainable entrepreneurship: Exploring the interplay of individual and context level factors in India. *Business Strategy and The Environment (BSE)*.30(8): 3528-3551. <https://doi.org/10.1002/bse.2818>
- Eller, J. F., Gielnik, M., Wimmer, H., Thölke, C., Holzapfel, S. Tegtmeier, S., & Halberstadt, J. (2019). Identifying business opportunities for sustainable development: Longitudinal and experimental evidence contributing to the field of sustainable entrepreneurship. *Business Strategy and The Environment (BSE)*. 29(3): 1387-1403. <https://doi.org/10.1002/bse.2439>
- Figueroa-Domecq, C., Kimbu, A., De Jong, A., & Williams, A. M. (2020). Sustainability through the tourism entrepreneurship journey: a gender perspective. *Journal of Sustainable Tourism*. 28(1): 1-24. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1831001>
- Glaser, B., & Strauss, A. (2009). *The Discovery of Grounded Theory: strategies for qualitative research*. New Jersey: Transaction Publishers.
- Guden, N., Girgen, M. U., Saner, T., & Yesilipinar, E. (2021). Barriers to sustainable tourism for small hotels in small island developing states and some suggested remedies. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 13(4): 510-521. <http://dx.doi.org/10.1108/WHATT-02-2021-0032>
- Hariss, R., Griffin, T., & Williams, P., (2002). *Sustainable Tourism: A Global Perspective*. Elsevier Science Ltd.
- Moya- Clemente, I., Ribes- Giner, G., & Pantoja- Díaz, O. (2019). Configurations of sustainable development goals that promote sustainable entrepreneurship over time. *Sustainable Development*. 28(4): 665-681. <https://doi.org/10.1002/sd.2009>
- Muneeb, F. M., Yazdi, A. K., Wanke, P., & Chughtai, M (2020). Critical success factors for sustainable entrepreneurship in Pakistani Telecommunications industry: a hybrid grey systems theory/ best-worst method approach. *Management Decision*. 58(11): 2565-2591. <http://dx.doi.org/10.1108/MD-08-2019-1133>
- Nakyejwe Lubowa Kimuli, S., Orobia, L., Muki Sabi, H., & Tsuma, C. K. (2020). Sustainability intention: mediator of sustainability behavioral control and sustainable entrepreneurship. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*. 16(2): 81-95. <https://doi.org/10.1108/wjemdsd-12-2019-0096>
- Nhemachena, C., & Murimbika, M. (2018). Motivations of sustainable entrepreneurship and their impact of enterprise performance in Gauteng Province, South Africa. *Business Strategy and The Environment (BSE)*. 1(2): 115-127. <https://doi.org/10.1108/wjemdsd-12-2019-0096>
- Olubusola Odeyemi, Favour Oluwadamilare Usman, Noluthando Zamanjomane Mhlongo , Oluwafunmi Adijat Elufioye, Chinedu Ugochukwu Ike, (2024). Sustainable

- entrepreneurship: A review of green business practices and environmental impact. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 2024, 21(02), 346–358
- Papaluca, O., Tani, M., & Troise, C. (2020). Entrepreneurship and Sustainability in Tourism: An Interpretative Model. *Journal of Management and Sustainability*. 10(1): 38-53. <http://dx.doi.org/10.5539/jms.v10n1p38>
- steps in s Christine Urquhart Research, evaluation and audit: KeyQuantitative approache demonstrating your value121, 20213.
- Rahman Mohammadi, Bijan Abdollahi, Saeed Jafarinia, Akbar Hasanpour, (2023). Designing a sustainable human resource management model whit grounded theory technique (Experimental control: Solico Kalleh Food Industries Group). *Journal of Executive Management*. Volume 15. Issue 29. Spring and Summer, 2023. Pages 67 to 96.
- Soomro, B. A., Almahdi, H. K., & Shah, N., (2020). Perceptions of young entrepreneurial aspirants towards sustainable entrepreneurship in Pakistan. *Kybernetes*. 50(7): 2134-2154. <http://dx.doi.org/10.1108/K-07-2019-0504>