

ارائه الگوی توسعه کارآفرینی گردشگری مبتنی بر زنجیره‌های ارزشی در ایران: مورد مطالعه استان اردبیل

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۵/۰۵ - تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۹/۲۲

خلاصه

مقدمه: پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی توسعه کارآفرینی گردشگری مبتنی بر زنجیره‌های ارزشی در ایران انجام شده که مطالعه موردی این پژوهش استان اردبیل بود.

روش کار: پژوهش حاضر جزو تحقیقات کیفی محسوب می‌شود که از روش داده بنیاد برای انجام تحقیق استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه پژوهشگران و اساتید حوزه گردشگری و کارآفرینی و همچنین مدیران و کارشناسان بخش گردشگری سازمان گردشگری و میراث فرهنگی استان اردبیل بود. در این پژوهش حجم نمونه ۵۰ نفر از پژوهشگران و اساتید حوزه گردشگری و کارآفرینی و همچنین مدیران و کارشناسان بخش گردشگری سازمان گردشگری و میراث فرهنگی استان اردبیل بودند که به صورت روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شده بودند. ابزار جمع آوری اطلاعات شامل تجزیه و تحلیل و اسناد و مدارک، مصاحبه عمیق و مشاهده بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری کیفی انجام شد.

نتایج: نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که الگوی توسعه کارآفرینی گردشگری مبتنی بر زنجیره‌های ارزشی شهرستان اردبیل از هشت حلقه تشکیل شده است که عبارتند از: مراکز اقامتی، رستوران، زیرساخت، تسهیلات گردشگری، امکانات و خدمات، حمل و نقل، فناوری و توسعه سیستم آموزش و توسعه مهارت‌ها.

نتیجه گیری: به منظور توسعه کارآفرینی گردشگری مبتنی بر زنجیره‌های ارزشی شهرستان اردبیل می‌توان از الگوی هشت حلقه‌ای بهره برد.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، توسعه، گردشگری، زنجیره‌های ارزشی

مهدی مرادجو نمین^۱

علی بدیع زاده*^۲

کامبیز حیدرزاده^۳

سید حسام سیدین^۴

۱. دانشجوی دکتری کارآفرینی توسعه، گروه کارآفرینی،

دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، قزوین، ایران

۲. استادیار گروه کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد

قزوین، قزوین، ایران

۳. دانشیار گروه کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و

تحقیقات، تهران، ایران

۴. دانشیار گروه پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران،

ایران

Email: a.badizadeh@gmail.com

مقدمه

پیوند کارآفرینی و گردشگری حوزه‌ی نوظهوری را شکل می‌دهند که در ادبیات دانشگاهی از آن به کارآفرینی گردشگری (Tourism entrepreneurship) یاد می‌کنند. در حال حاضر سیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعه‌ی فناوری و توسعه‌ی اقتصادی قرار داده است. تجربه موفقیت آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحران‌های اقتصادی به واسطه توسعه‌ی کارآفرینی در آن کشورها، موجب گردیده تا سایر کشورها نیز برای کارآفرینی، کارآفرینی و شکل‌گیری کسب و کارهای نوآورانه اهمیت خاصی قائل گردند (۱). تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه است و یک هم بستگی قوی‌ای میان رشد اقتصاد ملی و سطح فعالیت کارآفرینانه ملی و سازمانی وجود دارد، این فرآیند به کاربرد و نیرو انگیزه افراد در جهت خلق و اجرای دیدگاه‌های نو و همچنین راه حل‌های کاربردی نیاز دارد (۲). افزایش سطح فعالیت‌های کارآفرینانه و توسعه کارآفرینی در یک جامعه، به ایجاد محیطی پیشرو جهت افزایش تعداد کارآفرینان، راه اندازی و رشد شرکت‌ها نیاز دارد (۳).

از سوی دیگر، گردشگری پدیده قرن بیستم است و نمی‌توان آن را نادیده گرفت. رشد روزافزون و شتابنده گردشگری موجب شده که بسیاری از صاحب نظران، قرن بیستم را قرن گردشگری بنامند. به نظر متولیان امور گردشگری در پایان قرن بیستم و آغاز قرن بیست و یکم، انقلابی در گردشگری رخ می‌دهد، انقلابی که امواج آن در اقصی نقاط جهان اثرگذار خواهد بود (۴). امروزه گردشگری یکی از بزرگترین و سریع‌ترین صنایع در حال رشد جهان می‌باشد. بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری تا سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران ورودی در سطح بین‌المللی به ۱.۶ میلیارد نفر و مخارج آنها نیز به ۲ تریلیون دلار خواهد رسید (۵). از منظر کارآفرینی، گردشگری بستر ویژه‌ای فراهم می‌کند که به نظر می‌رسد با بخش‌های صنعتی دیگر از نظر شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه و فرایند تبدیل آنها به محصولات و خدمات قابل مصرف گردشگری تفاوت دارد (۶). طبق نظریه چارلیزله، کونک و تیفین (۷)، نوآوری و کارآفرینی ارزش (لازم) برای ترقی و کیفیت صنعت گردشگری را

فراهم می‌کنند. متأسفانه می‌توان گفت کارآفرینان در صنعت گردشگری اغلب از مهارت‌های کسب و کار کم بهره هستند و توانایی آنها در نوآوری نسبتاً کم است (۸).

همچنین، از جمله عواملی که اخیراً مورد توجه پژوهشگران حوزه کسب و کار قرار گرفته است مفهوم زنجیره ارزش است. مدل زنجیره ارزش در سال ۱۹۹۸ توسط پورتر (Porter) ارائه شد. طبق نظر پورتر، زنجیره ارزش یعنی مجموعه اقداماتی که سازمان انجام می‌دهد تا برای مشتریان خود ارزش خلق کند. چارچوب پورتر بر اساس این فرض قرار دارد که موفقیت یک صنعت در رقابت بین-المللی به قدرت نسبی اقتصادی مجموعه‌ای از ویژگی‌های وابسته به کسب و کار، شرایط تقاضا، صنایع وابسته و یا محرک‌های رقابت پذیر یعنی شرایط عامل^۱ حمایت‌کننده، استراتژی، ساختار و رقابت شرکت بستگی دارد (۹). خلق ارزش مطلوب مربوط به ارزشی است که کارآفرینان پایدار، هم برای کسب و کار خود و هم برای جامعه، به دنبال آن هستند (۱۰). با یک تفصیل کل نگر از طرح ارزش یعنی ارزش در هم تنیده اجتماعی، اقتصادی، اکولوژیکی و درون نسلی (۱۱)، کارآفرینان پایدار قادر به تطبیق اهداف دو گانه توسعه پایدار و کسب ثروت و در نتیجه حل دوگانگی میان کسب و کار فرصت‌گرا و نیکوکاری نوع دوستانه یا دیگر خواه هستند (۱۲). دنبال کردن چنین نتایج مطلوبی، شکل‌گیری استراتژی‌ها و فعالیت‌های کسب و کاری را نوید می‌دهد که می‌توانند بر چالش‌های مبرمی مانند نابرابری، آلودگی، تجارت غیرمنصفانه، جنگل زدایی، فقر و غیره غلبه کنند (۱۳).

ایران به رغم داشتن جاذبه‌های طبیعی و گردشگری تاکنون از ظرفیت‌های بالقوه خود در این زمینه بهره‌ی مناسبی نبرده است. در بسیاری از کشورها صنعت گردشگری به صورت منبع اصلی ایجاد کار در آمده و جمعیتی بالغ بر ۱۰۰ میلیون نفر را در سطح جهان به اشتغال واداشته است. طبق آمار به دست آمده به ازای ورود هر گردشگر به کشور پنج شغل و حتی بنا به برآورد برخی کارشناسان ۱۰ شغل ایجاد می‌شود رشد میزان اشتغال بخش گردشگری ۱۱/۲ برابر سریع‌تر از سایر بخش‌ها بوده است. پیش بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۰ نرخ کل مشارکت افراد در گردشگری بین‌المللی، به ۷

¹ Factor Conditions

پژوهش شامل کلیه پژوهشگران و اساتید حوزه گردشگری و کارآفرینی و همچنین مدیران و کارشناسان بخش گردشگری سازمان گردشگری و میراث فرهنگی استان اردبیل بود. در این پژوهش حجم نمونه ۵۰ نفر از پژوهشگران و اساتید حوزه گردشگری و کارآفرینی و همچنین مدیران و کارشناسان بخش گردشگری سازمان گردشگری و میراث فرهنگی استان اردبیل بودند که به صورت روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شده بودند.

تعیین حجم نمونه مبتنی بر قاعده اشباع نظری بود. یعنی تا زمانی نمونه گیری ادامه یافت که از لحاظ نظری به اشباع رسیدیم و اضافه کردن نمونه جدید در واقع سازه جدیدی را به نمونه موجود اضافه نمی کرد. طبق نظر گلاسر^۲ و استراوس (۲۳) اشباع نظری مقوله، مبنای داوری زمان توقف نمونه گیری از گروهها مربوط به آن مقوله است. اطلاعات مورد نیاز در این تحقیق به دو شکل دادههای کتابخانه ای و میدانی به دست آمده است. اطلاعات کتابخانه ای قبلاً توسط پژوهشگرانی گردآوری و ضبط شده اند، ولی دادههای میدانی در این تحقیق با روشهای کیفی گردآوری شده اند. برای تجزیه و تحلیل دادههای حاصل از مصاحبه از روش کدگذاری کیفی استفاده شد. طبق نظر کوربین و استراوس این روش از سه مرحله اساسی تشکیل می شود که عبارتند از: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی. کدگذاری باز فرایند تحلیلی است که از طریق آن مفاهیم شناسایی شده و ویژگیها و ابعاد آن در دادهها کشف می شوند. کدگذاری محوری فرایند ربط دادن مقولهها به زیرمقولهها و پیوند دادن مقولهها در سطح ویژگیها و ابعاد آن است. کدگذاری انتخابی فرآیند یکپارچه سازی و بهبود مقولههاست. در این مرحله، پژوهشگر به تکوین نظریه ای درباره رابطه میان مقولههای بدست آمده در الگوی کدگذاری محوری می پردازد (۲۴).

درصد برسد (۵). از منظر کارآفرینی هم که گردشگری پتانسیل زیادی برای خلق کارآفرینی در کشور دارد، متأسفانه از این پتانسیل و ظرفیت نیز به نحو قابل قبولی استفاده نشده است. این در حالی است که پژوهشها نشان داده اند که گردشگری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری تأثیر دارد و عاملهای اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی-محیطی و فردی در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارد (۱۴).

با توجه به اینکه مطالعه موردی این پژوهش، شهرستان اردبیل می باشد. پژوهشهای متعددی در مورد گردشگری در اردبیل به عمل آمده است؛ اما از لحاظ عملیاتی بسیاری تحقیقات مربوط به گردشگری استان اردبیل در مورد تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی (۱۵)، نقش زیرساختها در توسعه گردشگری (۱۶)، تأثیر اقلیم بر توسعه گردشگری (۱۷)، بررسی تأثیر اکو توریسم بر توسعه گردشگری و کارآفرینی (۱۸)، شناسایی و اولویت بندی مولفه های توسعه زیرساختهای گردشگری (۱۹)، شیوه های جذب توریسم در استان اردبیل (۲۰)، راهکارهای مناسب برای توسعه گردشگری (۲۱)، تحلیلی بر فرصتها و تهدیدهای گردشگری (۲۲) صورت گرفته است و شکاف نظری مهم در زمینه گردشگری در اردبیل، این است که الگویی مبتنی بر زنجیره ارزش در خصوص کارآفرینی گردشگری ارائه نشده است. با توجه به موضوعات مطرح شده، در این پژوهش محقق بنا دارد تا به تدوین الگوی توسعه کارآفرینی گردشگری مبتنی بر زنجیره های ارزشی بپردازد. با توجه به این هدف، سؤال پژوهش به شرح زیر می باشد:

- الگوی توسعه کارآفرینی گردشگری مبتنی بر زنجیره های ارزشی در ایران (مطالعه موردی شهرستان اردبیل) چگونه می باشد؟

روش کار

پژوهش حاضر از لحاظ هدف جزو پژوهشهای بنیادی محسوب می شود و از لحاظ ماهیت جزو تحقیقات کیفی محسوب می شود. روش کیفی داده بنیاد به عنوان روش تحقیق در این پژوهش استفاده شده است. این روش توسط استراوس و کوربین^۱ در سال ۱۹۹۴ مطرح شده است. نظریه داده بنیاد نوعی نظریه پردازی بر مبنای داده های گردآوری شده از میدان تحقیق است. جامعه آماری

² Glaser

¹ Strauss, & Corbin

نتایج

اطلاعات توصیفی مربوط به مصاحبه شوندگان در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. اطلاعات توصیفی مربوط به مصاحبه شوندگان

متغیر	سطوح	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۳۶	۷۲٪
	مرد	۱۴	۲۸٪
	مجموع	۵۰	۱۰۰٪
سن	کمتر از ۳۰ سال	۱۶	۳۰/۵۵٪
	۳۰ تا ۴۰ سال	۱۶	۳۰/۵۵٪
	بیشتر از ۴۰ سال	۱۸	۳۸/۸۸٪
	مجموع	۵۰	۱۰۰٪
موقعیت شغلی	عضو هیئت علمی	۳۴	۶۶/۶۶٪
	کارشناسان باتجربه	۱۶	۳۳/۳۴٪
	مجموع	۵۰	۱۰۰٪

طبق نتایج توصیفی گزارش شده راجع به مصاحبه شوندگان در ارزش پورتر و غیره) پرسشنامه ای تهیه و در اختیار متخصصین قرار می‌یابیم که بیشتر مصاحبه شوندگان مرد بوده‌اند (۷۲٪)، بیشترین فراوانی سنی برای دامنه سنی بالاتر از ۴۰ سال می‌باشد (۳۸/۸۸٪) و اکثر مصاحبه شوندگان عضو هیئت علمی بوده‌اند (۶۶/۶۶٪).
به منظور شناسایی حلقه‌های زنجیره ارزش گردشگری کارآفرینی در جدول ۳ ارائه شده است. مدل نهایی الگوی توسعه کارآفرینی ابتدا مطالعات اسنادی انجام شد. سپس بعد از بررسی مطالعات انجام شده و زنجیره ارزش تعیین شده در سایر نقاط دنیا (مانند زنجیره شهرستان اردبیل) نیز در شکل ۱ ارائه شده است.

جدول ۲- نتایج مربوط به حلقه‌های زنجیره ارزش گردشگری

فراوانی	زیر مقوله	حلقه
Sho 1	هتل	مراکز اقامتی
Sho 2	کمپ‌های اقامتی	
Sho 3	ویلا	
Sho 4	مسافرخانه	
Sho 5	کلبه‌های کوهستانی و جنگلی	
sre 1	مراکز فروش مواد غذایی	رستوران
sre 2	فست فودها و کافی شاپ‌ها	
sre 3	مراکز فروش مواد غذایی	
sre 4	رستوران‌ها	
sin 1	چشمه‌های آب گرم	زیرساخت‌ها
sin 2	فرودگاه	
sin 3	ایستگاه راه آهن	
sin 4	ترمینال‌های مسافرتی	
sin 5	اپراتورهای ارائه خدمات اینترنت و تلفن همراه	

sin 6	پارکینگ	
sta 1	مراکز خرید	تسهیلات گردشگری
sta 2	آثار باستانی و موزه ها	
sta 3	مراکز عرضه صنایع دستی	
sta 4	پایگاه انتظامی و تامین امنیت اجتماعی	
sta 5	پارک و فضای سبز	
sta 6	مسیرهای کوهنوردی و گردشگری طبیعت	
sta 7	تله کابین و سایر راه های دسترسی تفریحی	
sta 8	مراکز برگزاری جشنواره های محلی	
sta 9	پایگاه ارائه خدمات راهنمایی به گردشگران	
sta 1	امداد خودروها و مراکز تخصصی تعمیر خودرو	امکانات و خدمات
sta 2	پایگاه فوریت پزشکی و پایگاه هلال احمر	
sta 3	جایگاه های سوخت گیری	
sta 4	مراکز خدمات رفاهی صحرایی	
sta 5	بانک و صرافی	
sta 6	مراکز خدمات بیمه	
sta 7	مراکز خدمات اجاره اتومبیل	
sta 8	مراکز خدمات راهنمایی گردشگری محلی	
sco 1	سیستم های رزرواسیون (بلیط خطوط هوایی و زمینی و ...)	فناوری و توسعه
sco 2	آژانس های مسافرتی و تورهای گردشگری	
sco 3	شبکه های اینترنتی و اجتماع اطلاع رسانی برای مقاصد گردشگری	
snr 1	پارک های جنگلی و مناطق حفاظت شده	منابع طبیعی
snr 2	یگان حفاظت از منابع طبیعی	
snr 3	ایستگاه های دیده بانی و اطفای حریق	
sip 1	مراکز آموزش ترویجی در زمینه ارتقای ارتباط و تعامل با گردشگران	آموزش و توسعه
sip 2	سازمان های مردم نهاد فعال در زمینه توانمندسازی جوامع محلی	
sip 3	کسب و کارهای کوچک محلی	
sip 4	راهنمایان محلی	

طبق نتایج گزارش شده در جدول ۲، هشت حلقه برای زنجیره آموزش و توسعه. هر یک از این حلقه ها خود دارای ارزش گردشگری قابل طرح و شناسایی می باشد که عبارتند از: زیرمجموعه هایی می باشند که جزئیات آنها در جدول ۲ قابل حلقه مراکز اقامتی، رستوران ها، زیرساخت ها، تسهیلات مشاهده است. گردشگری، امکانات و خدمات، فناوری و توسعه، منابع طبیعی،

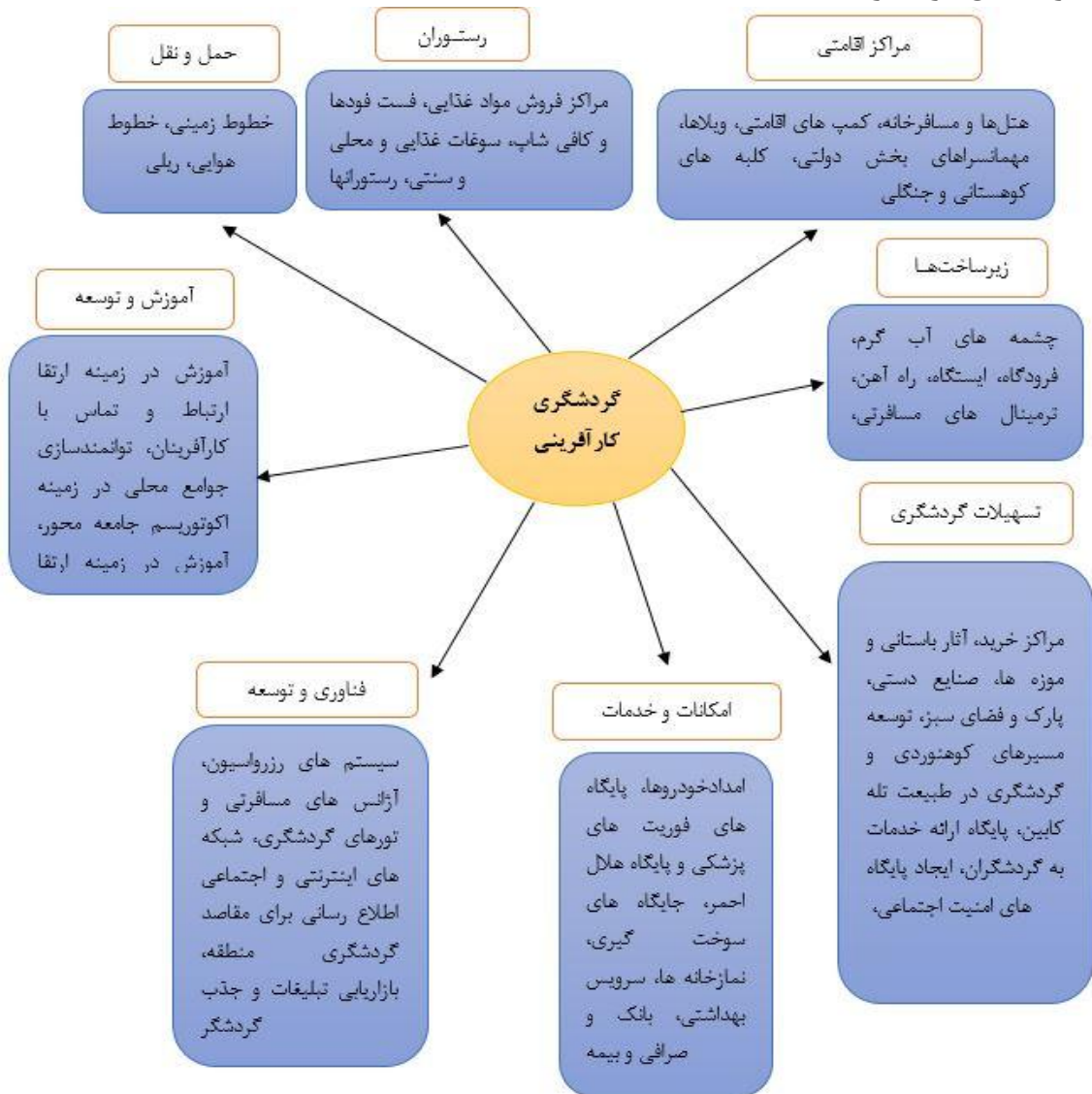
جدول ۳- نتایج آماری وزن های حلقه های زنجیره ارزش گردشگری توسط متخصصین

اولویت	کد	عنوان	وزن
۱	sin 1	چشمه های آب گرم	۰/۰۳۷۷
۲	sco 1	سیستم های رزرواسیون (بلیط خطوط هوایی و زمین، هتل و ...)	۰/۰۳۶۷
۳	sin 2	فرودگاه	۰/۰۳۵۹
۴	sre 3	مراکز فروش غذایی محلی و سنتی	۰/۰۳۵۸
۵	sre 4	رستوران ها	۰/۰۳۵۷
۶	sre 1	مراکز فروش مواد غذایی (سوپر مارکت و ...)	۰/۰۳۵۶
۷	sho 2	کمپ های اقامتی	۰/۰۳۴۱

۰/۰۳۳۷	جایگاه‌های سوخت گیری	sfa 3	۸
۰/۰۳۳۶	آژانس‌های مسافرتی و تورهای گردشگری	sco 2	۹
۰/۰۳۱۸	پایگاه‌های فوریت‌های پزشکی و پایگاه هلال احمر	sfa 3	۱۰
۰/۰۳۰۲	هتل‌ها	sho 1	۱۱
۰/۰۲۶۸	مسافرخانه	sho 4	۱۲
۰/۰۲۶۶	پایگاه ارائه خدمات راهنمایی به گردشگران	sta 7	۱۳
۰/۰۲۶۵	مراکز آموزشی و ترویجی در زمینه ارتقای ارتباط و تعامل با گردشگران	sip 1	۱۴
۰/۰۲۵۱	امداد خودروها و مراکز تخصصی تعمیر خودرو	sfa 1	۱۵
۰/۰۲۵۰	مراکز عرضه صنایع دستی	sta 3	۱۶
۰/۰۲۴۸	سازمان‌های مردم نهاد فعال در زمینه توانمندسازی جوامع محلی	sip 2	۱۷
۰/۰۲۴۶	ترینال‌های مسافرتی	sin 4	۱۸
۰/۰۲۴۴	تله کابین و سایر راه‌های دسترسی تفریحی	sta 6	۱۹
۰/۰۲۴۱	فست فودها و کافی شاپها	sre 2	۲۰
۰/۰۲۴۰	کلبه‌های کوهستانی و جنگلی	sho 5	۲۱
۰/۰۲۳۹	ایستگاه‌های دیده بانی و اطفای حریق	snr 3	۲۲
۰/۰۲۳۲	شبکه‌های اینترنتی و اجتماعی اطلاع رسانی برای مقاصد گردشگری	sco 3	۲۳
۰/۰۲۳۱	مراکز برگزاری جشنواره‌های محلی	sta 9	۲۴
۰/۰۲۲۷	پارک‌های جنگلی و مناطق حفاظت شده	snr 1	۲۵
۰/۰۲۱۷	مراکز خدمات رفاهی صحرایی	sfa 4	۲۶
۰/۰۲۰۵	راهنمایان محلی	sip 4	۲۷
۰/۰۲۰۵	ایستگاه راه آهن	sin 3	۲۸
۰/۰۱۹۲	مسیرهای کوهنوردی و گردشگری در طبیعت	sta 5	۲۹
۰/۰۱۷۲	ویلا	sho 3	۳۰
۰/۰۱۶۸	پاک‌ها و فضای سبز	sta 4	۳۱
۰/۰۱۶۴	مراکز خدمات راهنمایی گردشگری محلی	sfa 8	۳۲
۰/۰۱۶۳	آثار باستانی و موزه‌ها	sta 2	۳۳
۰/۰۱۶۲	پارکینگ	sin 6	۳۴
۰/۰۱۵۳	پایگاه‌های انتظامی و تامین امنیت اجتماعی	sta 8	۳۵
۰/۰۱۴۳	یگان حفاظت از منابع طبیعی	snr 2	۳۶
۰/۰۱۴۲	اپراتورهای ارائه خدمات اینترنت و تلفن همراه	sin 5	۳۷
۰/۰۱۲۸	بانک‌ها و صرافی‌ها	sfa 5	۳۸
۰/۰۱۲۴	مراکز خرید	sta 1	۳۹
۰/۰۱۱۰	کسب و کارهای کوچک محلی	sip 3	۴۰
۰/۰۱۱۰	مراکز خدمات بیمه	sfa 6	۴۱
۰/۰۱۰۳	مراکز خدمات اجاره اتومبیل	sfa 7	۴۲

طبق نتایج گزارش شده در جدول ۳، بیشترین وزن قائل شده از (غیره) در اولویت دوم قرار دارد (۰/۰۳۶۷). کمترین اولویت هم سوی متخصصین برای مقوله چشمه‌های آب گرم می‌باشد برای مقوله‌های مراکز خدمات بیمه (۰/۰۱۱۰) و مراکز خدمات (۰/۰۳۷۷) می‌باشد که به عنوان اولین اولویت مطرح است و بعد از اجاره اتومبیل (۰/۰۱۰۳) می‌باشد. آن مقوله سیستم‌های رزرواسیون (بلیط خطوط هوایی و زمین، هتل

مدل زنجیره ارزش گردشگری



شکل ۱- مدل زنجیره ارزش گردشگری در شهرستان اردبیل

طبق یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های بدست آمده از متخصصان، نتایج نشان می‌دهد که مدل زنجیره ارزش گردشگری در شهرستان اردبیل شامل هشت حلقه اصلی می‌باشد که عبارتند از: مراکز اقامتی، رستوران، زیرساخت، تسهیلات گردشگری، امکانات و خدمات، فناوری و توسعه، حمل و نقل، سیستم آموزش و توسعه مهارت‌ها.

پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی توسعه کارآفرینی گردشگری مبتنی بر زنجیره‌های ارزشی انجام شد که مطالعه موردی آن شهرستان اردبیل بود. نتایج این تحقیق منجر به شناسایی هشت حلقه اصلی برای زنجیره ارزش گردشگری در شهرستان اردبیل شد که عبارت بودند از: مراکز اقامتی، رستوران، زیرساخت، تسهیلات گردشگری، امکانات و خدمات، فناوری و توسعه سیستم آموزش و توسعه مهارت‌ها.

طبق نتایج به دست آمده از نظر متخصصین نشان داده شد که هتل اهمیت بیشتری دارد و بعد از آن حلقه‌های مسافرخانه، کلبه‌های

بحث و نتیجه گیری

شد که حلقه چشمه‌های آب گرم از اهمیت بیشتری برخوردار است و بعد از آن حلقه ایستگاه راه آهن، پارکینگ، ترمینال‌های مسافرتی، فرودگاه و اپراتورهای ارائه خدمات اینترنت و تلفن همراه در اولویت‌های بعدی هستند. طبقه نتایج به دست آمده از نظر گردشگران نشان داده شد که بیشترین اهمیت مربوط به حلقه چشمه‌های آب گرم و بعد از آن به ترتیب حلقه‌های فرودگاه، پارکینگ، ترمینال مسافرتی، ایستگاه راه آهن و اپراتورهای ارائه خدمات اینترنت و تلفن همراه از اهمیت بیشتری برخوردارند.

آدییا^۱ و همکاران (۲۸) نشان دادند که توسعه این صنعت ارتباط تنگاتنگی با توسعه زیرساخت‌ها و اماکن رفاهی و اقامتی دارد که با نتایج به دست آمده از نتایج شناسایی حلقه‌های زنجیره ارزش گردشگری مطابقت دارد. احد نژاد و فیضی (۲۹) خاطر نشان کردند که گردشگری مجموعه و نظامی به هم پیوسته می‌باشد که تمامی مراحل آن با هم در تعامل می‌باشد. از جمله این عناصر، زیرساخت چشمه‌های آب گرم نقش مهمی در توسعه این صنعت کارآفرینی استان اردبیل دارد.

طبق نتایج به دست آمده از نظر متخصصین نشان داده شد که بیشترین اهمیت مربوط به حلقه پارک و فضای سبز می‌باشد و بعد از آن حلقه‌های پایگاه‌های انتظامی و تامین امنیت اجتماعی، مراکز برگزاری جشنواره‌های محلی، مسیرهای کوهنوردی و گردشگری طبیعت، آثار باستانی و موزه، مراکز خرید، تله کابین و سایر راه‌های دسترسی تفریحی، پایگاه ارائه خدمات راهنمایی به گردشگران و مراکز عرضه صنایع دستی به ترتیب دارای اهمیت بیشتری هستند. طبق نتایج به دست آمده از نظر ذی نفعان نشان داده شد که حلقه پایگاه انتظامی و تامین امنیت اجتماعی بیشترین اهمیت را دارد و بعد از آن حلقه‌های مسیرهای کوهنوردی و گردشگری طبیعت، پارک و فضای سبز، مراکز عرضه صنایع دستی، آثار باستانی و موزه، تله کابین و سایر راه‌های دسترسی تفریحی و پایگاه ارائه خدمات راهنمایی به گردشگران اهمیت دارند. طبق نتایج به دست آمده از نظر گردشگران نشان داده شد که بیشترین اهمیت مربوط به حلقه مراکز برگزاری جشنواره‌های محلی بیشترین اهمیت را دارد و بعد از حلقه‌های تله کابین و سایر راه‌های دسترسی تفریحی، مسیرهای کوهنوردی و گردشگری طبیعت، مراکز عرضه صنایع دستی،

کوهستانی و جنگلی، کمپ‌های اقامتی و ویلاها به ترتیب در رده‌های بعدی قرار می‌گیرند. از نظر ذی نفعان نشان داده شد که حلقه کمپ‌های اقامتی بیشترین اهمیت را دارد و بعد از آن حلقه‌های مسافرخانه، هتل، ویلا، کلبه‌های کوهستانی و جنگلی به ترتیب در رده‌های بعدی قرار دارند از نظر گردشگران طبیعت نشان داده شد که بیشترین اهمیت مربوط به حلقه هتل و مسافرخانه می‌باشد و بعد از آن به ترتیب حلقه‌های کمپ‌های اقامتی، کلبه‌های کوهستانی و جنگلی و ویلاها دارای بیشترین اهمیت می‌باشند. نتایج سلیمانی مقدم و اسلامی (۲۵) نشان داد که مراکز اقامتی یکی از مهمترین اجزا و عناصر نظام گردشگری می‌باشد، کیفیت و کمیت این مراکز در میزان تحولات رو به رشد گردشگری به ویژه در میزان جذب گردشگران بسیار مهم و حائز اهمیت است که با نتایج به دست آمده از نتایج شناسایی حلقه‌های زنجیره ارزش طگردشگری مطابقت دارد.

طبق نتایج به دست آمده از نظر متخصصین نشان داده شد حلقه مراکز فروش مراکز غذایی بیشترین اهمیت را دارد و بعد از آن حلقه‌های فست فودها و کافی شاپ‌ها، رستوران و مراکز فروش غذایی محلی و سنتی در رتبه‌های بعدی هستند. نتایج به دست آمده از نظر ذی نفعان نشان داده شد که حلقه رستوران اهمیت بیشتر دارد و در رده‌های بعدی مراکز فروش مواد غذایی، فست فودها و کافی شاپ‌ها و مراکز فروش مواد غذایی محلی و سنتی قرار دارند. طبق نتایج به دست آمده از نظر گردشگران نشان داده شد که حلقه رستوران اهمیت بیشتری دارد و حلقه‌های مراکز فروش مواد غذایی، فست فودها و کافی شاپ‌ها و مراکز فروش مواد غذایی محلی به ترتیب در رده‌های بعدی هستند. امین (۲۴) و اسپنسر و همکاران (۲۷) نشان دادند که انگیزه‌های انتخاب غذا و نگرش نسبت به غذاهای محلی شناسایی، و به صنعتی نمودن برخی از این غذاها اگر اقدام شود موجب رونق اقتصادی صنعت گردشگری، توسعه کارآفرینی و بهبود اقتصادی می‌شود که با نتایج به دست آمده از نتایج شناسایی حلقه‌های زنجیره ارزش گردشگری مطابقت دارد.

طبق نتایج به دست آمده از نظر متخصصین نشان داده شد که حلقه ترمینال‌های مسافرتی بیشترین اهمیت را دارند و بعد از آن حلقه‌های اپراتورهای ارائه خدمات اینترنت و تلفن همراه، فرودگاه، چشمه‌های آب گرم، پارکینگ و ایستگاه راه آهن دارای اهمیت بیشتری هستند. طبق نتایج به دست آمده از نظر ذی نفعان نشان داده

¹ Adiyia

پایگاه‌های انتظامی و تامین امنیت اجتماعی، مراکز خرید و پارک و فضای سبز اهمیت دارند. کارگر و عزیزاده (۳۰) نشان دادند که تسهیلات و تجهیزات گردشگری عامل جذب گردشگر نیست اما به عنوان یکی از زیرساخت‌های گردشگری مطرح می‌شود.

تفسیر حلقه‌های زنجیره ارزش امکانات و خدمات

طبق نتایج به دست آمده از نظر متخصصین نشان داده شد که مراکز بیمه اهمیت بیشتری دارد و بعد از آن مراکز خدمات اجاره اتومبیل، جایگاه‌های سوخت گیری، امداد خودروها، مراکز خدمات راهنمایی به گردشگران، بانک و صرافی، پایگاه‌های فوریت‌های پزشکی اهمیت دارند. طبقه نتایج به دست آمده از نظر ذی نفعان نشان داده شد که امداد خودروها بیشترین را دارد و بعد از آن حلقه‌های مراکز خدمات اجاره اتومبیل، جایگاه‌های سوخت گیری، امداد خودروها، مراکز خدمات راهنمایی به گردشگران، پایگاه‌های فوریت‌های پزشکی و هلال احمر، مراکز خدمات بیمه، بانک و صرافی اهمیت دارند. طبق نتایج به دست آمده از نظر گردشگران نشان داده شد که جایگاه‌های سوخت گیری بیشترین اهمیت را دارد و بعد از آن حلقه‌های پایگاه‌های فوریت‌های پزشکی و هلال احمر، امداد خودرو، بانک و صرافی، مراکز خدمات راهنمایی به گردشگران و مراکز خدمات اجاره اتومبیل اهمیت دارند.

طبق نتایج به دست آمده از نظر متخصصان نشان داده شد که سیستم‌های رزرواسیون بیشترین اهمیت را دارد و بعد از آن به ترتیب حلقه‌های شبکه‌های اینترنتی و اجتماعی اطلاع رسانی برای مقاصد گردشگری و آژانس‌های مسافرتی و تورهای گردشگری اهمیت دارند. طبق نتایج به دست آمده از نظر ذی‌نفعان نشان داده شد که حلقه شبکه‌های اینترنتی و اجتماعی اطلاع رسانی برای مقاصد گردشگری بیشترین اهمیت را دارد و بعد از آن حلقه‌های آژانس‌های مسافرتی و تورهای گردشگری و سیستم‌های رزرواسیون بیشترین اهمیت را دارند. طبق نتایج به دست آمده از نظر گردشگران نشان داده شد که سیستم‌های رزرواسیون بیشترین اهمیت را دارند و بعد از آن حلقه‌های شبکه‌های اینترنتی و اجتماعی اطلاع رسانی برای مقاصد گردشگری، آژانس‌های مسافرتی و تورهای گردشگری اهمیت دارند. حاجی نژاد و آقایی (۳۱) نشان داد که در حوزه گردشگری، تبادل میان کاربران در خصوص تجربیات ناشی از سفر به مناطق گوناگون، امکانات رفاهی مقصد، جاذبه‌ها و فرصت‌های گردشگری می‌تواند بر تصمیم‌گیری سایر

کاربران برای سفر تاثیرگذار باشد. از این منظر، شناخت کارکردهای ویژه شبکه‌های اینترنتی اجتماعی در گردشگری می‌تواند برای سیاست‌گذاران در این صنعت مهم باشد که با نتایج به دست آمده مطابقت دارد. محمدخانی (۳۲) نشان داد که عوامل کلیدی زیادی در توسعه و رونق گردشگری یک منطقه دخیل هستند. علاوه بر زیرساخت، نقش راهنمایان تور به عنوان عامل انسانی بسیار حائز اهمیت می‌باشد. که با نتایج مطابقت دارد.

طبق نتایج به دست آمده از نظر متخصصان نشان داده شد که حلقه یگان حفاظت از منابع طبیعی بیشترین اهمیت را دارد و بعد از آن حلقه‌های پارک جنگلی و مناطق حفاظت شده و ایستگاه‌های دیده‌بانی و اطفای حریق اهمیت دارند. طبق نتایج به دست آمده از نظر ذی‌نفعان نشان داده شد که حلقه ایستگاه‌های دیده‌بانی اطفای حریق بیشترین اهمیت را دارند و بعد از آن حلقه‌های پارک جنگلی و مناطق حفاظت شده، یگان حفاظت از منابع طبیعی اهمیت دارند. طبق نتایج به دست آمده از نظر گردشگران نشان داده شد که حلقه ایستگاه‌های دیده‌بانی و اطفای حریق بیشترین اهمیت را دارند و بعد از آن حلقه‌های یگان حفاظت از منابع طبیعی، پارک جنگلی و مناطق حفاظت شده، اهمیت دارند. نتایج مطالعه رخشانی نسب و ضرابی (۳۳) و حجاریان و همکاران (۳۴) نشان داده شد گردشگری نوعی گردشگری مسئولانه در طبیعت است که یکی از اهداف اصلی آن حفاظت منابع طبیعت است، تجربه کشورهای پیشرو در زمینه گردشگری نشان می‌دهد که گردشگری یکی از گزینه‌های مناسب و راه حلی برای حفاظت از طبیعت است. زیرا گردشگری با رعایت ضوابط و استانداردهای بین‌المللی از یک سو بستر بهره‌برداری مناسب از طبیعت را برای نسل حاضر فراهم می‌آورد و از سوی دیگر سبب افزایش آگاهی عمومی می‌شود که نتیجه آن حفظ و نگهداری مناطق حفاظت شده برای نسل آینده است که با نتایج حاصل از این تحقیق مطابقت دارد.

طبق نتایج به دست آمده از نظر متخصصان نشان داده شد که بیشترین اهمیت مربوط به حلقه راهنمایان محلی می‌باشد. و بعد از حلقه‌های کسب و کارهای محلی، سازمان‌های مردم‌نهاد در زمینه توانمندسازی جوامع محلی و مراکز آموزشی و ترویجی در زمینه ارتقای ارتباط و تعامل با گردشگران اهمیت دارند. طبق نتایج به دست آمده از نظر ذی‌نفعان نشان داده شد که بیشترین اهمیت مربوط به حلقه سازمان‌های مردم‌نهاد در زمینه توانمندسازی جوامع

محلی می‌باشد و بعد از آن حلقه‌های راهنمایان محلی، حلقه‌های کسب و کارهای کوچک محلی و مراکز آموزشی و ترویجی در زمینه ارتقای ارتباط و تعامل با گردشگران اهمیت دارند. طبق نتایج به دست آمده از نظر گردشگران نشان داده شد که بیشترین اهمیت مربوط به مراکز آموزشی و ترویجی در زمینه ارتقای ارتباط و تعامل با گردشگران می‌باشد و بعد از آن حلقه‌های راهنمایان محلی، کسب و کارهای کوچک محلی و حلقه سازمان‌های مردم نهاد در زمینه توانمندسازی جوامع محلی اهمیت دارند. نتایج ایلماز (۳۵) نشان داد صنعت گردشگری منبع درآمدی برای صاحبان کسب و کارهای محلی ایجاد می‌کند.

طبق نیازسنجی صورت گرفته به منظور اولویت‌های زنجیره ارزش گردشگری طبیعت توسط متخصصین نتایج نشان داد که کمپ‌های اقامتی، مراکز فروش مواد غذایی محلی و سنتی، چشمه‌های آب گرم، پایگاه ارائه خدمات راهنمایی به گردشگران، جایگاه‌های سوخت گیری، سیستم‌های رزرواسیون، ایستگاه‌های دیده‌بانی و

اطفای حریق، مراکز آموزشی و ترویجی در زمینه ارتقای ارتباط و تعامل با گردشگران اولویت دارند.

طبق بررسی صورت گرفته به منظور اولویت‌های زنجیره ارزش گردشگری کارآفرینی توسط متخصصین نتایج نشان داد که حلقه‌های هتل و مسافرخانه، رستوران، چشمه‌های آب گرم، مراکز برگزاری جشنواره ی محلی، مراکز خدمات رفاهی صحرائی، شبکه‌های اینترنتی اجتماعی برای مقاصد گردشگری، یگان حفاظت از منابع طبیعی، راهنمایان محلی اولویت دارند. صفرآبادی و همکاران (۳۶) نشان دادند که وجود یک سیستم حمل و نقل مناسب یک ضرورت برای توسعه اقتصادی هر کشور است، که با برنامه ریزی، سرمایه گذاری، توسعه و بهبود زیرساخت‌ها می‌توان به رشد جایگاه گردشگری و توسعه اقتصادی رسید. در این میان زیرساخت‌های حمل و نقل از اهمیت ویژه ای برخوردار می‌باشد که با نتایج به دست آمده مطابقت دارد.

Reference

1. Ranjbarian R. Foundations of Entrepreneurship. Urmia: Islamic Azad University Publications Urmia Branch; 2013.
2. Kuratko DF, Hodgetts RM. Entrepreneurship: Theory, Process, Practice. Mason, OH: Thomson.
1. Forner A, Vilana R, Bianchi L, Rodríguez-Lope C, Reig M, García-Criado MÁ, Rimola J, Solé M, Ayuso C, Bru C, Bruix J. Lack of arterial hypervascularity at contrast-enhanced ultrasound should not define the priority for diagnostic work-up of nodules < 2 cm. Journal of hepatology. 2015 Jan 1;62(1):150-5.
2. Mirzaei R. The effects of tourism activity on the market and employment creation. 2013; National Conference on Rural Development, Rasht.
3. United Nations World Tourism Organization (UNWTO), Blomberg-Nygaard A, Anderson CK. United Nations world tourism organization study on online guest reviews and hotel classification systems: an integrated approach. Service Science. 2016 Jun;8(2):139-51.
4. Page S, Ateljevic J, editors. Tourism and entrepreneurship: International perspectives. Routledge; 2009.
5. Carlisle S, Kunc M, Jones E, Tiffin S. Supporting innovation for tourism development through multi-stakeholder approaches: Experiences from Africa. Tourism Management. 2013 Apr 1; 35:59-69.
6. Lerner M, Haber S. Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship and the environment. Journal of business venturing. 2001 Jan 1;16(1):77-100.
7. Halberstadt J, Schank C, Euler M, Harms R. Learning sustainability entrepreneurship by doing: Providing a lecturer-oriented service learning framework. Sustainability. 2019 Jan;11(5):1217.
8. Gibbs D. Sustainability entrepreneurs, ecopreneurs and the development of a sustainable economy. Greener Management International. 2009 Feb 1(55).

9. O'Neill Jr GD, Hershauer JC, Golden JS. The Cultural Context of Sustainability Entrepreneurship. *Greener Management International*. 2009 Feb 1(55).
10. Parrish BD. Sustainability-driven entrepreneurship: Principles of organization design. *Journal of Business Venturing*. 2010 Sep 1;25(5):510-23.
11. George G, Merrill RK, Schillebeeckx SJ. Digital Sustainability and Entrepreneurship: How Digital Innovations Are Helping Tackle Climate Change and Sustainable Development. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2020 Jan:1042258719899425.
12. Argha M, Azadkhani P, Karimi R. The Role of Tourism in Entrepreneurship and Sustainable Tourism Development in Ilam. *Journal of Urban Civilization Studies*, 2018; 1 (3): 18-33.
13. Momeni A, Parnoo Z. The Role of Religious Tourism in the Economic Development of Rural Settlements Case Study of Ardebil Central Villages, *Journal of Geography and Human Relations*, 2019; 2 (1).
14. PourHazrat M. The Role of Infrastructure in Tourism Development in Ardabil Province. Master of Science Degree in Tourism Planning Geography. Islamic Azad University Tehran Branch. 2017.
15. Rahimi Z, Rezaei M. Investigating the Comfort Climate of Different Stations in Ardebil Province for Development of Tourism Using Methods of Total Humidity Temperature, Effective Temperature, Cooling Power Index, and Wind Burn Index. 2019; 4th International Congress of Agricultural Development, Natural Resources, Environment and Tourism of Iran.
16. Noroozvand H. The Impact of Ecotourism on Tourism and Entrepreneurship Development in Ardebil Marginal Villages. 2019; Second National Conference on Social Capital and Sustainable Development
17. Jamali gh, Eskandari S, Dadfar E. Identifying and prioritizing the components of tourism infrastructure development affecting the sustainable development of Ardabil city from the perspective of experts and relevant organizations. 2018; 5th International Conference on Management, Psychology and Humanities with Sustainable Development Approach, Tehran, Center for Sustainable Development Solutions.
18. ZamadZadeh R, Ahadi F, RahbarHadi R, Barzegar R. Tourism Attractions in Ardabil Province (Based on Resistance Economics), 2018; Second International Congress on Humanities, Cultural Studies.
19. Rahmati M, Khavrian H. Appropriate solutions for tourism development in susceptible areas, Case Study: Shurabil Lake, 2017; Fifth International Congress on Civil, Architecture and Urban Development.
20. Darvishi Y. An Analysis of Tourism Opportunities and Threats of Lake Shorabil in Ardabil, 2017; Second International Congress of Geosciences and Urban Development.
21. Glaser, B., & Strauss, A. Grounded theory: The discovery of grounded theory. *Sociology The Journal of the British Sociological Association*, 1967; 12, 27-49.
22. Corbin J, Strauss A. Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory. Sage publications; 2014 Nov 25.
23. SoleymaniMoghaddam M, Eslamo Gh. The Role of Residential Infrastructure in Rasht Tourism Activities, *Islamic Settlement Planning Studies (Geographical Perspective)* 2010; 6 (17): 105 – 115
24. Amin M. Food Survey in Tourism Assessment and Tourism Attraction, 2015; First International Conference and Fourth National Conference on Geography and Sustainable Tourism
25. Spencer JP, Safari E, Dakora EA. An evaluation of the tourism value-chain as an alternative to socio-economic development in Rwanda, Africa:: tourism. *African Journal for Physical Health Education, Recreation and Dance*. 2014 Jun 1;20(Issue-21):569-83.

26. Adiyia B, Stoffelen A, Jennes B, Vanneste D, Ahebwa WM. Analysing governance in tourism value chains to reshape the tourist bubble in developing countries: The case of cultural tourism in Uganda. *Journal of Ecotourism*. 2015 Sep 2;14(2-3):113-29.
27. Ahadnejad M, Feyzi S. Evaluating the Role of Infrastructure in Urban Tourism Development with Emphasis on Sustainability. 2014; First National Conference on Tourism Management, Nature Tourism and Geography.
28. Kargar M, Alizadeh Y. The Role and Importance of Infrastructure in Tourism Development. 2011; Regional Development and Tourism Conference.
29. HajiNejad A, Aghayi V. Optimal Strategies for Development of Ardebil Province Ecotourism Using SWOT Strategic Planning Method. *Journal of Geographical Vision (Human Studies)*, 2014; 8 (22): 15 - 35.
30. Mohammadkhani K. The Role of Tour Guides in Tourist Satisfaction, *Journal of Cultural Management*, 2009; 2 (2): 124 - 113.
31. RakhshaniNasab H, Zarabi E. Challenges and Opportunities for Iranian Ecotourism Development, *Journal of Geographical Space*, 2020; 8 (12): 41 - 55.
32. Hejazian M, HoseinZadeh E, AlijanPour E, Yekani A. Effects of Ecotourism Development on Aras Baran Area Using BOCR Method. *Iranian Forest Journal Iranian Forestry Association*, 2017; 8 (2): 153 - 166.
33. Yilmaz BS. Competitive advantage strategies for SMES: A case study in tourism sector. *Management of Innovative Business & Education Systems*. 2008;3(1):157-71.
34. SafarAbadi A, MajidiDeh Sheykh H, ZangiAbadi A, ShahZeydi S. Urban Tourism Development with Emphasis on the Role of Border Markets (Paveh Border Market Case Studies), *Tourism Planning and Development*, 2017; 5 (16): 95 - 126.

*Original Article***Presentation of Value Chain Based Tourism Entrepreneurship Development Model in Iran: A Case Study of Ardabil Province**

Received: 27/07/2019 - Accepted: 13/12/2019

Mehdi Moradjo Namin¹Ali Badie Zadeh*²Kambiz Heidar Zadeh³Seyed Hesam Seyedin⁴

¹PhD student in entrepreneurship development, department of entrepreneurship, Islamic Azad university of Qazvin, Qazvin, Iran.

² Assistant professor, department of entrepreneurship, Islamic Azad university, Qazvin branch, Qazvin, Iran.

³ Associate professor, department of entrepreneurship, Islamic Azad university, science and research branch, Tehran, Iran.

⁴ Associate professor of medicine, Iran university of medical sciences, Tehran, Iran

Email: A.badizadeh@gmail.com

Abstract

Introduction: The purpose of this study was to present a model of tourism entrepreneurship development based on value chains in Iran, which was a case study of this research in Ardabil province.

Methods: The present study is a qualitative research that used the data base method for conducting the research. The statistical population of the study included all researchers and professors of tourism and entrepreneurship as well as managers and experts of tourism organization and cultural heritage of Ardabil province. In this study, a sample size of 50 researchers and professors in tourism and entrepreneurship field as well as managers and experts of tourism organization and cultural heritage of Ardabil province were selected by purposeful sampling. Data collection tools included analysis and documentation, in-depth interviews and observations. Data analysis was done through qualitative coding.

Results: The results of data analysis showed that the model of tourism entrepreneurship development based on value chains in Ardabil city consists of eight rings: residential centers, restaurants, infrastructure, tourism facilities, facilities and services, transportation, Technology and development of skills training and development system.

Conclusion: In order to develop tourism entrepreneurship based on value chains in Ardabil city, an eight-ring pattern can be used.

Key words: Entrepreneurship, Development, Tourism, Value Chains