

## Research Paper

# Presenting a Model of Entrepreneurial Ecosystem in Tourism Businesses of Mazandaran Province: A Mixed Methods Approach

Maryam Rahmaty<sup>\*1</sup>, Nazanin Pilevari Salmasi<sup>2</sup>, Amin Dariush<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Assistant Professor, Department of management, Chalous Branch, Islamic Azad University, Chalous, Iran.

<sup>2</sup> Associate Professor, Department of industrial management, Tehran Gharb Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

<sup>3</sup> PhD student in Industrial Management, Yazd Branch, Islamic Azad University, Yazd, Iran



10.22080/jem.2022.21742.3577

**Received:**

June 8, 2021

**Accepted:**

December 5, 2021

**Available online:**

December 27, 2022

**Keywords:**

entrepreneurial ecosystem, tourism businesses, Mixed Methods Approach

## Abstract

Today, a large portion of small and medium entrepreneurial businesses, belong to the service sector. Service industries such as a tourism, which is an ever-changing industry, are potent fields for entrepreneurial businesses. Attention to entrepreneurial ecosystem paradigm can purposefully direct policy-makers' efforts to develop tourism businesses. Entrepreneurial ecosystems are a combination of various social, political, economic, and cultural factors in a region that support growth and development of innovative startups, newly emerging entrepreneurs and other actors in order to take the risk of starting a business. The aim of the present study is to develop a model of entrepreneurial ecosystem in tourism businesses in Mazandaran province. The study is applied in terms of its purpose and considering the methodology, it is descriptive-survey with a mixed methods approach. First, using Meta-synthetic and Delphi methods, the qualitative model was developed including 34 components in six dimensions of politics, culture, support, market, financial capital, and human capital. Then, in the quantitative section, in order to assess the fitness and validity of the proposed model, Confirmatory Factor Analysis (CFA) was conducted by using Lisrel. In the qualitative and quantitative sections, sampling methods, was purposive and convenience, respectively. In the qualitative section, 15 experts and in the quantitative part, 103 entrepreneurs and people engaged in tourism businesses in Mazandaran province, participated. Results of CFA indicated that the proposed model, enjoys goodness of fit. Culture with 0.9 factor loading had the strongest effect while human capital (0.75) had the least effect on explaining the tourism entrepreneurial ecosystem structure. Additionally, to evaluate the current tourism entrepreneurial ecosystem in Mazandaran based on the same model, one sample t-test was utilized. Results of the t-test demonstrated that the tourism entrepreneurial ecosystem of Mazandaran is at its infancy. Thus, in order for the tourism entrepreneurial ecosystem to function properly, it is suggested that all sub-systems should develop and grow together so that the potency of the ecosystem may increase via synergy.

**\*Corresponding Author:** Maryam Rahmaty

**Address:** Assistant Professor, Department of management, Chalous Branch, Islamic Azad University, Chalous, Iran.

**Email:** [Rahmaty.maryam61@gmail.com](mailto:Rahmaty.maryam61@gmail.com)

## Extended Abstract

### 1. Introduction

Considering the diversity and vastness of tourism in the world, ecotourism is known as the major source of income, job creation, private sector growth, and development of infrastructure. The increasing economic significance of ecotourism and development of vocational opportunities for native population have attracted the attention of many countries to this industry and its sub-fields (Agheli et al., 2019). Nowadays, entrepreneurship is known as one of the efficient advantage-creating factors. To develop generative entrepreneurship, an entrepreneurial ecosystem is required that provides a suitable ground for thriving and growth of entrepreneurial activities. The entrepreneurial ecosystem approach emphasizes the emergence of entrepreneurship in a community of interconnected activists (Mason & Brown 2014). Entrepreneurial ecosystem of every country determines whether individuals move toward entrepreneurship or not. The concept of entrepreneurial ecosystem refers to people, organizations, and foundations that may motivate or hinder decisions of entrepreneurship and affect their probability of success in case they start an entrepreneurial business (Davari et al., 2017). Iran's economy depends on oil income which has brought about ample problems to the country. Economy of those countries that rely on a single source of income is greatly affected by the slightest fluctuations in the international market or by economic sanctions. Thus, instilling variation in national revenue grounds and reliance on non-oil exports, such as planning for exploitation of tourist attractions, provide relief from the present situation. Accurate identification of

economic, environmental, and cultural potentials of different regions to plan for developing ecotourism seems warranted. Expansion and improvement of entrepreneurial ecosystem needs parallel empowerment of intertwined factors that constitute it. Considering the existing natural tourism attractions and potentials in Mazandaran Province, the present study seeks to explain the dimensions of entrepreneurial ecosystem in tourism businesses of Mazandaran Province and assess the current situation to create jobs and revenue for the native inhabitants of the region.

### 2. Methodology

In terms of purpose, this study is applied, and in terms of nature and method, it is descriptive-survey with a mixed-methods approach. Initially, the literature was thoroughly reviewed and after analyzing their contents, variables were extracted. Then, to nativize and select the most relevant variables, Delphi technique was utilized. Therefore, 15 experts were purposefully recruited as the sample of the study. After obtaining their opinions by using Delphi questionnaire with a scale of 1-10, some of the earlier components were omitted which led to 34 components in the form of six major dimensions as the nativized variables to constitute the primary model of the study. Next, to assess the goodness of fit of the proposed model, confirmatory factor analysis was employed and conducted using Lisrel software. At this stage, according to Morgan's Table, 103 individuals who worked in tourism-related jobs in Mazandaran Province were selected through simple random sampling to form the quantitative sample of the study. To ensure the validity, convergent-structure validity technique was used. Also,

reliability was measured using the combined model.

### 3. Data Analysis

First, it was attempted to identify relevant books, articles, and other sources through searching keywords in databases such as Elsevier, Google, Irandoc ..., resulting in about 80 articles and 12 books. After reviewing the article titles and considering their research questions and purposes, 70 of them were chosen. Then, after reading the selected articles, 30 of them were

selected for the next stage. Finally, after studying the content of the articles and books fully, 20 articles and two books were deemed appropriate for extracting the data. By studying the finalized set of documents, entrepreneurial ecosystem indexes from the perspectives of various scholars were obtained. Then, using the Delphi technique, nativized blocks and variables which were suitable for the present study were determined by experts to include six major dimension and 34 components as shown in Table 1.

**Table 1. Nativized and finalized entrepreneurial ecosystem variables**

Dimensions of entrepreneurial ecosystem	Variables confirmed by experts
politics	State policy, bankruptcy policy, duration of obtaining permission, paying taxes, insurance, laws of companies
Culture	Local and regional ground, entrepreneurial spirit, tolerance of failure, risk-taking personality, culture and climate of the region, want of improvement
Support	Growth and cluster regions, introduction and presentation of entrepreneurship-supporting institutes, growth of new businesses, supportive infrastructure, protecting ideas
Market	Social network, marketing issues, assessing the market, identifying rivals, promotional strategies, stabilizing and keeping status in the market
Financial capital	Economic growth, finding business partners, absorbing intrepid investors, access to financial sources, devising commercial plans
Human capital	Universities and institutes, instructional courses, team of mentors and advisors, human relations network, creative human force, teamwork skills

In the second stage, to validate the proposed model, confirmatory factor analysis was run by applying Lisrel, version 8.5. Findings indicated that the hypothesized model enjoys an acceptable fit. Culture, with a factor loading of 0.9 had the highest impact and human capital, with a factor loading of 0.75, had the lowest impact on explaining the structure of the entrepreneurial ecosystem of

tourism. After that, the components of the proposed model of the entrepreneurial ecosystem in tourism businesses of Mazandaran Province were further scrutinized. Primarily, the normality of distribution of all components data was checked through Kolmogorov-Smirnov test. Results suggested that all the datasets were normally distributed. Therefore, the parametric single sample t-test was

utilized to examine the components. The outcomes demonstrated that, from the perspective of the respondents, half of the components were not in a desirable condition.

#### 4. Conclusion

The aim of the present study was to propose a model of entrepreneurial ecosystem in tourism businesses of Mazandaran Province. The finalized model contained six dimensions and 34 components. Development and improvement of entrepreneurial ecosystem requires parallel and simultaneous empowerment of intertwined factors that constitute the system. All sub-systems of the entrepreneurial ecosystem are

interconnected like pieces of a puzzle; thus, the weakness of one of the sub-systems would result in problems in other sub-systems. That is why taking care of only a single dimension would not lead to desired outcomes. Development of tourism entrepreneurship takes place only when all the elements and agents of tourism entrepreneurial ecosystem fulfill their duties well. Considering the results of the current study, it can be concluded that tourism entrepreneurial ecosystem of Mazandaran Province is at its infancy. To achieve the desirable function of tourism entrepreneurial ecosystem in Mazandaran, it is recommended for all the sub-systems to grow alongside one another to enhance the potency of the ecosystem via synergy.

#### References

- Agheli, M., Karimi, O., & Rashidi, H. (2019). Studying factors affecting common value creation and its impact on tourists' loyalty (Cases study of international tourists in Damghan). *Tourism and Development*, 8(2), 23-47.
- Davari, A., Sefidbari, L., & Baghersad, V. (2017). Factors of entrepreneurial ecosystem of Iran according to Eisenberg's model. *Development of Entrepreneurship*, 10(1), 101-120.
- Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. *Final report to OECD, Paris*, 30(1), 77-102.

## علمی پژوهشی

ارائه مدل اکوسیستم کارآفرینی درکسب و کارهای گردشگری استان مازندران:  
رویکردی آمیختهمریم رحمتی<sup>۱\*</sup>، نازنین پيله وری سلماسی<sup>۲</sup>، امین داریوش<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> استادیار گروه مدیریت، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران  
<sup>۲</sup> دانشیار گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران  
<sup>۳</sup> دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران



10.22080/jem.2022.21742.3577

## چکیده

امروزه سهم بالایی از بنگاه‌های کوچک و متوسط کارآفرین در بسیاری از اقتصادها، متعلق به بخش خدمات می‌باشد؛ و صنایع خدماتی هم‌چون گردشگری که صنعتی پویا و همواره در حال تغییر می‌باشند، حوزه‌ای بارور برای کسب و کارهای مرتبط با کارآفرینی می‌باشند. توجه به پارادایم اکوسیستم کارآفرینی می‌تواند بصورت هدفمند تلاش‌های سیاست‌گذاران در راستای توسعه کسب و کارهای گردشگری را جهت بخشد. اکوسیستم‌های کارآفرینی ترکیبی از عوامل اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در یک منطقه هستند که از توسعه و رشد استارت‌آپ‌های نوآورانه، کارآفرینان نوظهور و دیگر بازیگران جهت تقبل ریسک راه‌اندازی کسب و کار حمایت می‌کنند. پژوهش حاضر با هدف تبیین ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری استان مازندران انجام شده است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی با رویکرد آمیخته (کیفی-کمی) می‌باشد. در مرحله اول با استفاده از روش‌های فراترکیب و دلفی، مدل کیفی پژوهش با ۳۴ مؤلفه در قالب ۶ بعد اصلی سیاست، فرهنگ، حمایت، بازار، سرمایه مالی و سرمایه انسانی ارائه گردید. سپس در بخش کمی، به منظور ارزیابی برازش و اعتبارسنجی مدل ارائه شده، از تحلیل عاملی تأییدی توسط نرم افزار لیزرل استفاده شد. نمونه‌گیری در بخش کیفی به صورت هدفمند و در بخش کمی به روش نمونه‌گیری دردسترس می‌باشد. در بخش کیفی ۱۵ نفر از خبرگان گردشگری و در بخش کمی ۱۰۳ نفر از اساتید، کارآفرینان و کارکنان مشاغل مرتبط با گردشگری در استان مازندران مشارکت داشتند. نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی نشان داد که مدل ارائه شده از برازش مناسبی برخوردار است و فرهنگ با بارعاملی ۰/۹ بیشترین تأثیر و بعد سرمایه انسانی با بارعاملی ۰/۷۵ کمترین تأثیر را در تبیین سازه اکوسیستم کارآفرینی گردشگری دارند. جهت سنجش پایایی مدل از پایایی مرکب و جهت سنجش روایی از تکنیک روایی سازه - همگرا استفاده گردیده است که بر اساس نتایج، هر دو مورد تأیید قرار گرفته‌اند. در ادامه، جهت ارزیابی وضعیت اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در استان مازندران بر اساس مدل مذکور از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد. نتایج آزمون تی نشان داد که اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در استان مازندران بسیار نوپاست. بنابراین جهت بهبود عملکرد اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در استان مازندران، پیشنهاد می‌شود براساس مدل ارائه شده در این پژوهش تمامی زیر سیستم‌ها در کنار یکدیگر رشد کنند و تقویت شوند تا از طریق هم‌افزایی، توانایی اکوسیستم افزایش یابد.

تاریخ دریافت:

۱۸ خرداد ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش:

۱۴ آذر ۱۴۰۰

تاریخ انتشار:

۶ دی ۱۴۰۱

کلیدواژه‌ها:

اکوسیستم

کارآفرینی، کسب

و کارهای گردشگری،

رویکرد آمیخته

\* نویسنده مسئول: مریم رحمتی

آدرس: استادیار گروه مدیریت، واحد چالوس، دانشگاه آزاد

اسلامی، چالوس، ایران

ایمیل: [Rahmaty.maryam61@gmail.com](mailto:Rahmaty.maryam61@gmail.com)

## ۱ مقدمه

خارجی برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه محسوب می‌گردند. اهمیت اقتصادی رو به افزایش صنعت گردشگری و ایجاد فرصت‌های کاریابی و کارآفرینی برای ساکنان بومی، باعث معطوف شدن توجه بسیاری از کشورها به این صنعت و زیرشاخه‌های آن شده است (غلامی اواتی و همکاران، ۱۳۸۹).

مطالعه در حوزه شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی می‌تواند در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه در مناطق مختلف کشور نقش به‌سزایی را ایفا کند. چراکه کارآفرینی پدیده‌ای مجرد نیست و در متن اکوسیستم خاص خود اتفاق می‌افتد. بدیهی است که اولین قدم برای پیاده‌سازی سیاست‌های توسعه کارآفرینی، شناخت اکوسیستم کارآفرینی در سطوح مختلف ملی و استانی و تشخیص گلوگاه‌هایی است که مزایای رقابتی کشور را فرسوده می‌کنند (انتظاری و محبوب، ۱۳۹۹). آیزنبرگ<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) به‌عنوان یک نظریه‌پرداز مهم در این حوزه بیان می‌نماید که اکوسیستم کارآفرینی به دلیل این‌که با معیارهای فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و بومی یک جامعه یا یک موقعیت مشخص درهم آمیخته شده است، قابل پیاده‌سازی در حوزه دیگر یا در مناطق دیگر نیست و براین مبنا اکوسیستم هر موقعیت تعریف شده‌ای با موقعیت دیگر متفاوت می‌باشد. به زعم آیزنبرگ اکوسیستم‌ها قابل‌تقلید نیستند و در توسعه کارآفرینی باید مزیت‌های منطقه‌ای و کشوری موردتوجه قرار گیرند و از تقلید اکوسیستم‌های موفق اجتناب شود (آیزنبرگ، ۲۰۱۱).

استان مازندران به‌واسطه اقلیم و عوارض جغرافیایی مختلف نظیر کوه، جنگل و دریا، پتانسیل بالایی در اجرای انواع فعالیت‌های گردشگری دارد. مازندران یکی از قطب‌های گردشگری است که با دراختیارداشتن پتانسیل بالای طبیعی، سالانه، پذیرای انواع گردشگران است. تجربه نشان داده است که هر جا گردشگری به‌طور اتفاقی و بدون

در دهه اخیر واژه اکوسیستم کارآفرینی<sup>۱</sup> در میان محققان و سیاست‌گذاران کارآفرینی رواج یافته است. توسعه کارآفرینی باید همه‌جانبه، کل‌نگر و پایدار باشد، به طوری که عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و مقرراتی را به‌طور هم‌زمان موردتوجه قرار دهد. بنابراین سیاست‌هایی که برای توسعه کارآفرینی تدوین می‌شود باید همه‌ی ابعاد آن را تحت پوشش قرار دهد. به‌عبارت دیگر، لازمه توسعه کارآفرینی مولد، ایجاد اکوسیستم کارآفرینانه‌ای است که زمینه‌های هموار و مساعدی برای رشد و شکوفایی فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم نماید. اکوسیستم کارآفرینی به افراد، سازمان‌ها و نهادهایی اشاره می‌کند که محرک و یا مانع تصمیم فرد برای کارآفرینی است و بر احتمال موفقیت فرد در صورت راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه تأثیرگذار است (داوری و همکاران، ۱۳۹۶). مبنای به‌کارگیری این رهیافت، تفکر سیستمی است. با به‌کارگیری دیدگاه سیستمی، ریشه بسیاری از مشکلات کارآفرینی مشخص می‌گردد و با شناسایی قابل‌کنترل‌ترین اجزا و ساختارهای اکوسیستم کارآفرینی، می‌توان راه‌حلی خلاقانه برای هدایت این اکوسیستم به سمت مطلوب خود پیدا نمود (براتی و همکاران، ۱۳۹۶). اکوسیستم‌های کارآفرینی به عنوان یک ساختار پیچیده اجتماعی، منجر به ایجاد مزیت رقابتی و ارزش و توزیع عادلانه آن در بین اعضای اکوسیستم می‌شوند (اودرتچ<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۹).

امروزه سهم بالایی از بنگاه‌های کوچک و متوسط کارآفرین در بسیاری از اقتصادها متعلق به بخش خدمات می‌باشد و صنایع خدماتی هم‌چون گردشگری که صنعتی پویا و همواره در حال تغییر می‌باشند، حوزه‌ای بارور برای کسب و کارهای مرتبط با کارآفرینی می‌باشند. گردشگری و اکوتوریسم جزء صناعی در جهان محسوب می‌شوند؛ که به سرعت در حال رشدند و به نوعی منبع اصلی درآمدهای ارزی

<sup>3</sup> Isenberg

<sup>1</sup> Entrepreneurship ecosystem

<sup>2</sup> Auderetsch

## ۲ پیشینه پژوهش

### ۲.۱ اکوسیستم کارآفرینی

واژه اکوسیستم برای اولین بار توسط اکولوژیست انگلیسی به نام آرتور تنزلی<sup>۲</sup> در سال ۱۹۳۵مورد استفاده قرار گرفت. اکوسیستم از دو واژه اکولوژی و سیستم، به معنای موجودات زنده و محیط زندگی آنها تشکیل شده است. یک سیستم اکولوژیک را می‌توان به عنوان اجتماعی از ارگانیزم‌های مختلف در نظر گرفت که با محیط طبیعی در تعامل بوده و به عنوان یک واحد بی‌قاعده عمل می‌نماید. در همین راستا، رویکرد اکوسیستم کارآفرینانه بر روی دادن کارآفرینی در جامعه‌ای از فعالان وابسته به هم که لازم و ملزوم یکدیگر می‌باشند، تاکید می‌کند (میسون و براون<sup>۳</sup>، ۲۰۱۴). اولین مطالعه‌ها در مورد اکوسیستم‌های کارآفرینی در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ پدید آمد. دقیقاً زمانی که محققان تأثیر عوامل اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی منطقه بر روند کارآفرینی را مورد بررسی قرار می‌دادند (فرانکو لیل<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). تفکر در مورد اکوسیستم‌های کارآفرینانه برآمده از ادبیات رویکردهایی چون خوشه‌های صنعتی، سیستم‌های نوآوری، سرمایه اجتماعی و شبکه‌ها می‌باشد. اگرچه این رویکردها در چشم‌انداز مفهومی و روش خود متفاوت از یکدیگر می‌باشند، ولی نظری یکسان در مورد آنها وجود دارد که می‌گوید ویژگی‌هایی در محیط خارجی سازمان‌ها و کسب و کارهای مخاطره‌آمیز وجود دارد که بر رشد و رقابت‌پذیری آنها تأثیرگذار است (اسپیگل<sup>۵</sup>، ۲۰۱۷).

اکوسیستم کارآفرینی تاکنون توسط افراد مختلفی بررسی شده است بدون اینکه تعریف یکسان و مشترکی از آن ایجاد گردد. آیزنبرگ در سال ۲۰۱۰ در مجله هاروارد، ایده اصلی اکوسیستم کارآفرینی را به عنوان مجموعه‌ای از اجزاء مشخص و

برنامه‌ریزی توسعه یابد، مشکلات زیست‌محیطی و اجتماعی ظهور پیدا کرده و در درازمدت نیز مشکلات ناشی از توسعه گردشگری بیشتر از فواید آن خواهد شد. توجه به پارادایم اکوسیستم کارآفرینی می‌تواند به صورت هدفمند تلاش‌های سیاست‌گذاران در راستای توسعه کسب و کارهای گردشگری در این استان را جهت بخشد، به نحوی که نرخ راه‌اندازی این کسب و کارها افزایش و نرخ شکست در آنها کاهش یابد.

در سال‌های اخیر پژوهش‌هایی در حوزه اکوسیستم‌های کارآفرینی در ایران انجام شده است و الگوهای در این زمینه ارائه شده است. اما تاکنون پژوهش جامعی در مورد اکوسیستم‌های کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری استان مازندران انجام نگرفته است. این در حالی است که چارچوب اکوسیستم می‌تواند یک ابزار مفید برای اشاره به عناصر ضعیف و قوی در محیط کسب و کار محلی باشد و سپس اقتصادهای در حال توسعه را در استفاده از منابع نسبتاً قوی برای تسهیل فعالیت‌های کارآفرینی هدایت کند (کونگ پارک<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۷). هم‌چنین متأسفانه در پژوهش‌هایی که در راستای توسعه کارآفرینی انجام می‌شود، معمولاً تنها به یک یا دو عنصر توجه می‌شود و نگاه کل‌گرا به عناصر و تعاملات بین آنها صورت نمی‌گیرد. با توجه به مباحث مطرح شده و وجود پتانسیل‌ها و جاذبه‌های گردشگری طبیعی فراوان در استان مازندران، پژوهش حاضر به دنبال تبیین ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری استان مازندران و ارزیابی وضعیت موجود آن جهت هدایت این اکوسیستم به سمت مطلوب، ایجاد اشتغال و کسب درآمد برای مردم بومی می‌باشد.

<sup>4</sup> Franco-Leal

<sup>5</sup> Spigel

<sup>1</sup> Kung Park

<sup>2</sup> Tansley

<sup>3</sup> Mason & Brown

می‌کند (نیکوترا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸). اسپینگل (۲۰۱۷) اکوسیستم کارآفرینی را ترکیبی از عناصر اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در یک منطقه می‌داند که علاوه بر حمایت از کسب و کارها، کارآفرینان نوپا و سایر بازیگرانی که مخاطره ناشی از شروع کسب و کار را پذیرفته‌اند به ادامه حیات تشویق می‌کند و به کسب و کارهای مخاطره‌آمیز که در معرض ریسک‌های متعدد هستند، یاری می‌رساند (اسپیگل، ۲۰۱۷).

## ۲،۲ اجزاء اکوسیستم کارآفرینی

در حوزه اکوسیستم‌های کارآفرینی پژوهش‌های زیادی انجام شده است و الگوهایی در این زمینه ارائه شده است. جدول (۱) برخی از اجزاء پیشنهادی اکوسیستم کارآفرینی که توسط پژوهشگران برجسته‌ی این حوزه تدوین شده است را نشان می‌دهد:

لازم برای فعالیت‌های کارآفرینانه نظیر رهبری، فرهنگ، منابع مالی و سرمایه که به نحو پیچیده‌ای به یکدیگر تنیده شده‌اند، معرفی نموده است (آیزنبرگ، ۲۰۱۰). اکوسیستم کارآفرینی مجموعه‌ای از عوامل و بازیگران وابسته به یکدیگر است که به طوری هماهنگ شده‌اند که آن‌ها را قادر به کارآفرینی مولد می‌کند (استام<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵). کارآفرینی مولد به فعالیت‌های کارآفرینانه‌ای گفته می‌شود که به طور مستقیم یا غیرمستقیم به توسعه اقتصادی و افزایش ظرفیت تولید کمک می‌کند (میگنون پوری و همکاران، ۱۳۹۸). در تعریفی دیگر، اکوسیستم کارآفرینی متشکل از تنوع بازیگران، نقش‌ها و عوامل محیطی است که عملکرد کارآفرینی یک منطقه را تعیین می‌کند. این مجموعه عوامل وابسته به یکدیگرند و با محیط سازگاری دارند، به گونه‌ای که کارآفرینی را امکان‌پذیر و اکوسیستم را به یک زیستگاه مناسب برای فعالیت‌های اقتصادی تبدیل

جدول ۱ اجزای پیشنهادی اکوسیستم کارآفرینی

صاحب‌نظران	اجزاء
گیئن وایل و فوگل <sup>۳</sup> (۱۹۹۴)	سیاست‌های دولت و رویه‌ها؛ عوامل سیاسی-اقتصادی؛ مهارت کارآفرینی و کسب و کار؛ کمک‌های مالی و غیرمالی
والدز و ریچاردسون <sup>۴</sup> (۱۹۹۸)	ویژگی‌های محیطی، منابع (سرمایه؛ زمین؛ تسهیلات)، تاثیرات بازار، ویژگی‌های شخصی فرد (کارآفرین)
آیزنبرگ (۲۰۱۰)	بازارها، سیاست، سرمایه انسانی، حمایت‌ها، فرهنگ، سرمایه مالی
فلد <sup>۵</sup> (۲۰۱۲)	حمایت فرهنگی، دانشگاه‌ها، آموزش و تعلیم، چارچوب قانونی و زیرساخت‌های قانونی، مربیان و مشاوران سیستم، نیروی کار و سرمایه انسانی، بازارهای قابل دسترسی
اسپیگل (۲۰۱۷)	فرهنگ حمایتی، پیشینه کارآفرینان، شبکه‌ها، استعداد فردی، نیروی سرمایه‌گذاری، سیاست‌ها، دانشگاه‌ها، بازارهای آزاد، سیستم حمایتی

(منبع: حیدری و همکاران، ۱۳۹۸).

اکوسیستم کارآفرینی از شش بعد اصلی سیاست، فرهنگ، سرمایه مالی، سرمایه انسانی، بازار و حمایت‌های زیرساختی، حرفه‌ای و غیر عمومی

آیزنبرگ بنا بر ارجاعات فراوان، اولین دانشمندی است که به‌طور ساختارمند و خاص، به مقوله اکوسیستم کارآفرینی پرداخته است. همان‌طور که در جدول فوق مشخص شده از دیدگاه وی، اجزاء

<sup>4</sup> Valdez & Richardson

<sup>5</sup> Feld

<sup>1</sup> Stam

<sup>2</sup> Nicotra

<sup>3</sup> Gynawali & Fogel



کارآفرینانه فراهم می‌کند. این رهبری در ساخت و حفظ یک اکوسیستم سالم ضروری است و مجموعه‌ای از رهبران کارآفرینانه مشهود که به منطقه تعهد دارند را دربر می‌گیرد (استام، ۲۰۱۵).

### ۲،۵ حمایت

نهادهای غیردولتی، اصناف و زیرساخت از عناصر مهم حمایتی به شمار می‌آیند. ارائه خدمات پشتیبانی به وسیله انواع مختلفی از میانجی‌ها می‌تواند به صورتی پایدار موانع ورود برای طرح‌های کارآفرینی را بکاهد و زمان ورود به بازار نوآوری را کاهش دهد (استام، ۲۰۱۵). زیرساخت کارآفرینی شامل شبکه‌هایی از مشاوران ماهر و متخصص است که با یکدیگر همکاری داشته و به کارآفرینان در دستیابی به مهارت و دانش مورد نیاز کمک می‌کنند. زیرساخت کارآمد، به کارآفرینان این توان را می‌دهد تا کالاها را با اطمینان و به‌موقع به بازار عرضه کنند و همچنین امکان جابه‌جایی نیروی کار را برای مشاغل تسهیل می‌کند.

### ۲،۶ بازار

مشتریان و شبکه‌ها دو عنصر تشکیل‌دهنده بازار هستند. قابلیت دسترسی به بازارهای محلی، بخش کلیدی فراهم کردن فرصت‌ها در محدوده اکوسیستم‌های کارآفرینانه است. به‌زعم اسپیلینگ<sup>۴</sup> (۱۹۹۶) و مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۳) حضور مشتریان محلی با نیازهای تخصصی فرصت‌هایی برای کسب و کارهای مخاطره‌آمیز جدید ایجاد کرده و شرکت‌های زایشی<sup>۵</sup> را تشویق می‌کند (اسپیگل، ۲۰۱۷).

### ۲،۷ سرمایه مالی

وام‌های بانکی رایج‌ترین منبع تأمین مالی خارجی برای بسیاری از کسب و کارهای کوچک و متوسط و کارآفرینان است که اغلب بر بدهی مستقیم متکی بوده و برای اجرای استارت‌آپ‌هایشان نیز به گردش

تشکیل شده است که در ادامه تشریح می‌شوند (آیزنبرگ، ۲۰۱۰):

### ۲،۳ فرهنگ

ویژگی‌های فرهنگی، باورها و دیدگاه‌های اساسی در مورد کارآفرینی در یک منطقه هستند. دو ویژگی اصلی از ویژگی‌های فرهنگی اکوسیستم کارآفرینانه عبارتند از: نگرش‌های فرهنگی و تاریخچه کارآفرینی در یک فرهنگ (اسپیگل، ۲۰۱۷). به‌زعم فلدمن<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۵) پیشینه برجسته داستان‌های موفقیت کارآفرینانه، بخش مهمی از نگرش‌های فرهنگی است. کارآفرینان موفق از استارت‌آپ اولیه خودشان برای راه‌اندازی سایر شرکت‌ها، حرکت می‌کنند تا به کارآفرینان سریالی با ریشه‌هایی عمیق در جامعه تبدیل شوند (فلدمن و همکاران، ۲۰۰۵). فرهنگ کسب و کار باید فرصت و امکان شروع دوباره‌ای را برای کارآفرینان شکست خورده فراهم کند. این کارآفرینان، اغلب از تجربه و شبکه‌های کاری بالاتری برخوردارند که این امر موجب افزایش احتمال موفقیت آن‌ها، درآینده می‌شود.

### ۲،۴ سیاست

ماسون و براون<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) به نقل از اسپیگل (۲۰۱۷) بر این باورند که سیاست‌ها، قوانین و دستورالعمل‌هایی را ارائه می‌کند که برنامه‌های حمایتی را برای تشویق کارآفرینان از طریق مزایای مالیاتی یا کاهش در مقررات اداری طراحی می‌کند (اسپیگل، ۲۰۱۷). عوامل سیاسی و قانونی، بخش کلیدی از بافت اقتصادی و سیاسی هستند که در آن کارآفرینی اتفاق می‌افتد. آیزنبرگ (۲۰۱۰) سیاست‌ها را شامل دو عامل دولت و رهبری می‌داند. دولت‌ها به تنهایی نمی‌توانند اکوسیستم را بسازند و باید بخش خصوصی را مشارکت دهند و اجازه دهند سهم قابل توجهی در موفقیت اکوسیستم داشته باشند (آیزنبرگ، ۲۰۱۰). رهبری، از نظر کر و نندا<sup>۳</sup> (۲۰۰۹)، مدل‌های نقش و هدایت را برای اکوسیستم

<sup>4</sup> Spilling

<sup>5</sup> Spinoff

<sup>1</sup> Feldman

<sup>2</sup> Mason and Brown

<sup>3</sup> Kerr & Nanda

فلاح و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان طراحی الگوی اکوسیستم کارآفرینی کسب و کارهای نوپای حوزه فناوری اطلاعات استان خراسان جنوبی انجام دادند. این پژوهش به روش کیفی و با استفاده از تکنیک تحلیل تم صورت پذیرفت. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های آزاد و نیمه ساختاریافته با گروهی از فعالان حوزه فناوری اطلاعات، گردآوری و با استفاده از نرم افزار اطلس تی، تحلیل شدند. نمونه‌گیری به روش هدفمند و گلوله برفی انجام شد و ۱۲ نفر از کارشناسان، مدیران و فعالان این حوزه در پژوهش شرکت داشتند. نتیجه پژوهش الگوی اکوسیستم کارآفرینی کسب و کارهای نوپای حوزه فناوری اطلاعات منطقه را نمایان ساخت. فرهنگ کارآفرینی و ریسک‌پذیری، دولت، بازار، دانش جدید، نیروی انسانی متخصص، زیرساخت، حمایت‌گران، خدمات مالی و واسطه‌ای، شبکه‌سازی و صنایع منطقه، مؤلفه‌های الگوی اکوسیستم کارآفرینی کسب و کارهای نوپای حوزه فناوری اطلاعات منطقه خراسان جنوبی را تشکیل دادند.

کروبی و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان تحلیل نقش گردشگری در توسعه اقتصادی شهر تبریز عنوان کردند که صنعت گردشگری از جمله بخش‌هایی است که در عرصه اقتصادی جهان طی سال‌های اخیر از رشد چشمگیر و قابل توجهی برخوردار بوده و پیش‌بینی می‌شود طی دو دهه آینده به پردرآمدترین و تأثیرگذارترین بخش اقتصادی کشورها تبدیل شود. داده‌های مورد نیاز برای این تحقیق با روش نمونه‌گیری در دسترس از کارشناسان و صاحب‌نظران سازمان‌ها و مؤسسات دولتی و خصوصی مرتبط با حوزه گردشگری استان آذربایجان شرقی با ابزار پرسشنامه جمع‌آوری شد. نتایج نشان داد که گردشگری موجب توسعه اقتصادی و بهبود هر یک از ابعاد آن مانند افزایش درآمد، افزایش اشتغال و کاهش بیکاری افراد در شهر تبریز گردید.

ترابی و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای به بررسی نقش اکوسیستم کارآفرینی بر روند کارآفرینی در

وجوه و سرمایه‌گذاری نیاز دارند. دسترسی به منابع مالی برای سرمایه‌گذاری در طرح‌های کارآفرینانه نامطمئن با افق بلندمدت، بسیار حیاتی است (استام، ۲۰۱۵).

## ۲٫۸ سرمایه انسانی

دانشگاه‌ها دو منبع اصلی برای اکوسیستم‌های کارآفرینانه فراهم می‌کنند. اسپیکل (۲۰۱۷) معتقد است که دانشگاه‌ها به توسعه سرمایه انسانی یک منطقه کمک می‌کنند و به صورت هم‌زمان فضای ذهنی کارآفرینانه در دانشجویان را پرورش می‌دهند و آن‌ها را هم به راه‌اندازی کسب و کار مخاطره‌آمیز جدید یا کار در درون آن‌ها تشویق می‌کنند (اسپیکل، ۲۰۱۷).

مرور تحقیق‌های خارجی و داخلی نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر توجه به بحث اکوسیستم‌های کارآفرینی برای کشورها از اهمیت زیادی برخوردار است. اکبری سامانی و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه خود به ارزیابی اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در روستاهای استان تهران و شناخت مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه آن پرداختند. این مطالعه یک پژوهش از نوع پیمایشی است که با روش توصیفی-تحلیلی انجام گرفته و ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه است که توسط صاحبان کسب و کار روستایی مدیران روستایی و خبرگان و متخصصان تکمیل شده است. در ارتباط با توسعه اکوسیستم کارآفرینی در گردشگری روستایی، نتایج نشان داد هر سه گروه صاحبان کسب و کار، مدیران روستایی و خبرگان، بعد اقتصادی را مهم‌ترین بعد دانسته و نتایج مدل تحلیل عاملی اکتشافی در ارزیابی مهم‌ترین شاخص‌های مؤثر بر توسعه اکوسیستم کارآفرینی در گردشگری روستایی از طریق خلاصه‌سازی ۲۴ شاخص مورد بررسی به ۵ عامل، مهم‌ترین شاخص را در توسعه اکوسیستم کارآفرینی در گردشگری روستایی، شاخص سرمایه‌گذاری تعیین می‌کند.

پورتر<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان "کارآفرینی گردشگری پایدار: یک روش توسعه جایگزین برای جوامع محلی ساحلی که آگاهی از گردشگری کم است" به دنبال کشف حیات گردشگری به عنوان یک استراتژی توسعه برای جوامع ماهی‌گیری دورافتاده در فیلیپین بودند. نتایج حاصل از مصاحبه نشان داد که آگاهی از گردشگری در جوامع دریایی ساحلی در فیلیپین حداقل بوده است و پتانسیل محدودی برای مشارکت مؤثر و معنادار مردم محلی در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری وجود دارد. در این پژوهش، مدل گردشگری کارآفرینی اجتماعی برای رفع نقص جوامع ماهی‌گیری دورافتاده با سطح آگاهی کم گردشگری ارائه شده است.

سانتوس<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۷) در مقاله‌ای با عنوان "اکوسیستم کارآفرینی محرک ایجاد کسب و کار نوآورانه (مورد مطالعه: صنعت فناوری در برزیل)" به بررسی اینکه چگونه اکوسیستم‌های کارآفرینی بر توسعه کسب و کار با پتانسیل نوآورانه تأثیر می‌گذارند، پرداختند. برای انجام این کار، مدل پیشنهاد شده توسط آیزنبرگ به عنوان مرجع استفاده شد که شامل شش بعد سیاست، مالی، فرهنگ، پشتیبانی، سرمایه انسانی و بازار است. تحقیق با روش مطالعه موردی انجام شد. جمع‌آوری داده‌ها از طریق مشاهده، تجزیه و تحلیل اسناد و مصاحبه با کارآفرینان انجام شد. برای پردازش و تجزیه و تحلیل داده‌ها، تکنیک تحلیل محتوا انتخاب شد. هدف اصلی این پژوهش شناسایی فرصت‌های کارآفرینان در صنعت و نوآوری بود. نتایج نشان داد که هر شش بعد در اکوسیستم کارآفرینی این صنعت تأثیرگذار است و مهمترین تأثیر را می‌توان به حوزه بازارها نسبت داد که باعث شبکه‌سازی و تماس بین کارآفرینان می‌شود.

اریک و بن<sup>۴</sup> (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای با عنوان "اکوسیستم‌های کارآفرینی" رویکرد اکوسیستم

کشورهای منتخب دیده‌بان جهانی کارآفرینی پرداختند. در این راستا، با استفاده از داده‌های ۱۰۷ کشور عضو دیده‌بان جهانی کارآفرینی برای سال‌های ۲۰۱۷-۲۰۰۸ و از طریق الگوی اقتصادسنجی گشتاورهای تعمیم‌یافته رابطه بین اجزاء اکوسیستم کارآفرینی و رشد اقتصادی انجام شد. نتایج نشان داد که تأثیر محیط مالی، آموزش کارآفرینی در سطوح پایه، پویایی بازار داخلی، منزلت اجتماعی کارآفرینان و رشد تولید ناخالص داخلی بر روند رشد کارآفرینی در کشورهای منبع محور تأثیر مثبت و معنادار داشته است. همچنین نتایج بیانگر آن بود که عوامل اکوسیستم مانند سیاست‌ها و برنامه‌های دولت، مالیات و بروکراسی، آموزش کارآفرینی در سطح پایه و دانشگاهی، انتقال تحقیق و توسعه، زیرساخت‌ها، پویایی بازار و محیط کسب و کار مناسب بر روند ترویج و رشد فعالیت‌های کارآفرینانه در مراحل مختلف کارآفرینی در کشورهای کارایی و نوآوری محور تأثیر مثبت و معنادار داشته است.

ایچلبرگر<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۰) مطالعه‌ای کیفی با عنوان "اکوسیستم‌های کارآفرینانه در شهرهای هوشمند برای توسعه گردشگری: از درک ذی‌نفعان تا پیامدهای سیاست گردشگری منطقه‌ای" در کشور اتریش انجام دادند. آن‌ها استدلال کردند بسیاری از مفاهیم گردشگری هوشمند تنها بر توسعه فناوری، مردم و منطق نهادی تمرکز دارند، درحالی‌که رویکرد اکوسیستم کارآفرینی به تقویت مقاصد هوشمند در راه توسعه پایداری شهری کمک می‌کند. یافته‌های این پژوهش بر مبنای مصاحبه با ۱۴ نفر از خبرگان، نشان داد که اکوسیستم کارآفرینی متأثر از صنعت گردشگری در منطقه است؛ زیرا گردشگری، مؤلفه‌های اکوسیستم کارآفرینی مربوطه را بهبود می‌بخشد و در نتیجه منجر به افزایش فعالیت کارآفرینی می‌شود.

<sup>3</sup> Santos

<sup>4</sup> Erik & Ben

<sup>1</sup> Eichelberger

<sup>2</sup> Porter

سورش و رامراج<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) در مقاله‌ای با عنوان "اکوسیستم کارآفرینی: تأثیر عوامل محیطی بر موفقیت کارآفرینی" به بررسی این موضوع پرداختند که آیا کارآفرینان متولد شده یا ساخته شده‌اند؟ در این مقاله یک چارچوب مفهومی از اکوسیستم ایجاد شد که به افراد برای شروع مشاغل جدید انگیزه دهد و براین اساس هشت عامل اکوسیستمی مشخص شد که بر تصمیم فرد برای انتخاب مسیر کارآفرینی تأثیر می‌گذارد: اخلاقی، مالی، فناوری، بازار، اجتماعی، شبکه، دولت و پشتیبانی محیط زیست. با توجه به یافته‌های تحقیق کیفی و مطالعه مقدماتی داده‌های جمع‌آوری شده بر اساس آن، مشخص شد که عوامل اکوسیستم بر شروع و موفقیت کارآفرینی تأثیر قابل توجهی دارند.

مرور پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که تاکنون در ارتباط با تبیین ابعاد اکوسیستم کارآفرینی درکسب و کارهای گردشگری استان مازندران پژوهشی صورت نگرفته است.

### ۳ روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش و ماهیت، توصیفی-پیمایشی با رویکرد آمیخته (کیفی-کمی) می‌باشد. برای جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش از هر دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. در مرحله اول با استفاده از تکنیک فراترکیب<sup>۳</sup> و مرور کامل منابع مطالعاتی نسبت به استخراج متغیرها از ادبیات اقدام و متغیرهایی که دارای فراوانی متناسب با اهداف تحقیق بودند، مشخص شدند. روش فراترکیب قادر به شناسایی مقوله‌های مشترک و ایجاد یک چهارچوب مفهومی از دل پیشینه است. سپس برای بومی‌سازی و انتخاب مهم‌ترین متغیرها از تکنیک دلفی استفاده شد. بدین منظور تعداد ۱۵ نفر از خبرگان گردشگری به صورت هدفمند به عنوان نمونه انتخاب شدند و پرسشنامه دلفی در اختیار آن‌ها قرار

کارآفرینی نوظهور را مورد بحث قرار دادند. هدف از این مقاله بررسی انتقادی ادبیات در حال ظهور در مورد اکوسیستم‌های کارآفرینی بوده است. در این مقاله مروری بر تعاریف متعدد اکوسیستم موجود در ادبیات و روابط بین اکوسیستم‌ها و مفاهیم متحد مانند مناطق صنعتی، خوشه‌ها و سیستم‌های نوآوری صورت گرفت و درنهایت یک مدل یکپارچه که ویژگی‌های عملکردی اکوسیستم‌های کارآفرینی (از جمله شرایط چارچوب و شرایط سیستمی) را به خروجی‌های کارآفرینی و نتایج رفاهی متصل می‌کند، ارائه گردید. شرایط چارچوب متشکل از شرایط اجتماعی (نهادهای غیررسمی و رسمی) و جسمی است که تعامل انسان را امکان‌پذیر یا محدود می‌کند. شرایط سیستمی قلب اکوسیستم است و شامل شبکه‌های کارآفرینان، رهبری، امور مالی، استعدادها، دانش و خدمات پشتیبانی است.

فورلینگر و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) در مطالعه خود دریافتند که عملکرد شرکت‌های جدید به شدت تحت تأثیر چیزی بسیار بزرگتر از خود کسب و کار است؛ یعنی اکوسیستم‌های اطراف آن. این مقاله طبیعت و ترکیب اکوسیستم کارآفرینی آلمان را بررسی کرده و یک چارچوب جدید برای ارزیابی نقش دولت در اکوسیستم کارآفرینی پیشنهاد نموده است. روش انجام این پژوهش، استفاده از داده‌های فراترکیب تحقیق‌های موجود و همچنین مصاحبه‌های کیفی برای ارزیابی تأثیر دولت بر روی مراحل مختلف فرایند نوآوری مبتنی بر دانش بوده است. نتایج نشان داد که آلمان در حال حاضر دارای یک اکوسیستم کارآفرینی پویاست و دستور کار متمایز سیاسی برای ترویج کارآفرینی دارد. مانند: طرح‌های تشویقی برای کارکنان علمی، فعالیت‌های انتقال تکنولوژی، تأمین مالی مورد نیاز و همچنین سیاست‌هایی که به ارزش‌ها و نگرش‌های کاهش ننگ شکست و افزایش ارزیابی فعالیت کارآفرینی در جامعه منجر شود.

<sup>3</sup> Meta-Synthesis

<sup>1</sup> Fuerlinger et.al.

<sup>2</sup> Suresh & Ramraj

قرار گرفت. جامعه آماری بخش کمی اساتید، کارآفرینان و کارکنان مشاغل مرتبط با گردشگری در استان مازندران بودند که به دلیل نامشخص بودن حجم جامعه، با استفاده از فرمول  $n = (Z^2 pq) / S^2$  و جایگزینی  $Z=1/96$ ،  $p=q=0/5$  و  $S=10\%$ ، حداقل حجم نمونه برابر با ۹۶ نفر محاسبه گردید؛ بدین منظور ۱۲۰ پرسشنامه به صورت در دسترس، توزیع شد که از آن بین، ۱۰۳ پرسشنامه قابل استفاده بود. ابزار گردآوری داده‌ها در مراحل مختلف به شرح جدول (۱) می‌باشد:

گرفت. با اجرای تکنیک دلفی تعداد ۳۴ متغیر به عنوان مهم‌ترین مؤلفه‌های اکوسیستم کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری استان مازندران در قالب ۶ بعد اصلی انتخاب شدند که بر اساس آن مدل اولیه پژوهش ارائه گردید. در ادامه در بخش کمی، جهت ارزیابی برازش مدل ارائه شده از تحلیل عاملی تأییدی توسط نرم افزار LISREL 8.5 استفاده شده‌است. در نهایت، ۱ استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای و نرم‌افزار SPSS 20 وضعیت مؤلفه‌های مدل پیشنهادی اکوسیستم کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری استان مازندران، بمرور ارزیابی

جدول ۱ مشخصات ابزارهای گردآوری داده‌ها

ردیف	ابزار	میدانی/کتابخانه‌ای	تعداد سوال	طیف مورد استفاده	هدف (کاربرد)
۱	مرور ادبیات تحقیق	کتابخانه‌ای	--	--	شناسایی شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی: ۶۸ شاخص استخراج شد
۲	پرسشنامه دور اول دلفی	میدانی	۶۸ سوال بسته (و یک سوال باز)	طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت	انتخاب مهمترین شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی بر اساس نظرات خبرگان: ۳۴ شاخص استخراج شد
۳	پرسشنامه دور دوم دلفی		۳۴ سوال بسته (و یک سوال باز)	طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت	
۴	پرسشنامه بسته	میدانی	۳۴ سوال بسته	طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت	ارائه مدل با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی
۵	پرسشنامه بسته	میدانی	۳۴ سوال بسته	پرسشنامه بسته	تعیین وضعیت فعلی شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری استان مازندران

(۲۰۰۷) بیشترین کاربرد را دارد و در پژوهش حاضر نیز از این روش استفاده شد. در ادامه هفت گام این روش ذکر می‌شود:

گام اول- تنظیم سؤال پژوهش

گام دوم- مرور ادبیات به شکل نظام‌مند

گام سوم- جستجو و انتخاب متون مناسب

گام چهارم- استخراج اطلاعات متون

گام پنجم- تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی

گام ششم- کنترل کیفیت

گام هفتم- ارائه یافته‌ها

جهت تعیین مؤلفه‌های ابعاد اکوسیستم کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری در پژوهش حاضر به روش فوق ابتدا به مرور ادبیات و شناسایی مقاله‌ها و کتب با استفاده از واژه‌های کلیدی مانند اکوسیستم کارآفرینی، کارآفرینی گردشگری و اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در بانک‌های اطلاعاتی وب آف ساینس، الزویر، گوگل، ایران‌داک و... پرداخته شد و حدود ۸۰ مقاله و ۱۲ کتاب مشخص شدند. پس از بررسی عنوان مقاله‌های نمایان شده، با توجه به موضوع، سؤال و هدف پژوهش ۷۰ عنوان انتخاب شد. در نهایت پس از مطالعه‌ی کامل محتوای مقاله‌ها و کتب، ۳۰ عنوان مقاله و دو عنوان کتاب مناسب پژوهش حاضر برای استخراج اطلاعات انتخاب شدند و با مطالعه آن‌ها در گام پنجم، مؤلفه‌ها و ابعاد اکوسیستم کارآفرینی از دید صاحب‌نظران مختلف استخراج شدند. جدول (۲) خروجی تکنیک فراترکیب را نشان می‌دهد:

با توجه به اینکه در پژوهش حاضر از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی جهت ارائه مدل استفاده شده است، جهت سنجش روایی از تکنیک روایی سازه - همگرا استفاده گردیده است. برای بررسی روایی سازه - همگرا بایستی دو معیار در نظر گرفته شود: ۱- میزان بارهای عاملی برای هر متغیر مکنون بزرگتر از ۰/۴ و معنادار باشد؛ ۲- میانگین واریانس استخراج شده برای هر متغیر مکنون بزرگتر از ۰/۴ باشد (رامین مهر و چارستاد، ۱۳۹۷). هم‌چنین جهت سنجش پایایی مدل از پایایی مرکب استفاده گردیده است.

## ۴ یافته‌های پژوهش

بر اساس اطلاعات حاصله از آمار توصیفی، تمامی مشارکت‌کنندگان تحقیق حاضر در بخش کیفی تحصیلات دانشگاهی دارند که ۴۰ درصد از آن‌ها اعضای هیأت علمی و ۶۰ درصد از خبرگان غیرهیأت علمی حوزه کارآفرینی و گردشگری می‌باشند. در بخش کمی هم تمامی مشارکت‌کنندگان تحقیق حاضر تحصیلات دانشگاهی دارند که ۵۵ درصد در سطح کارشناسی، ۴۰ درصد در سطح کارشناسی ارشد و ۵ درصد در سطح دکتری هستند. محدوده‌ی سنی مشارکت‌کنندگان بین ۳۸ تا ۵۶ سال بوده و سابقه شغلی آن‌ها نیز از ۱۰ تا ۲۲ سال است که میانگین آن ۱۶ سال می‌باشد.

### ۴.۱ فراترکیب

فراترکیب فرایند جستجو، ارزیابی، ترکیب و تفسیر مطالعات کمی یا کیفی در یک حوزه خاص است (رعنائی کردشولی و دانشور، ۱۳۹۰). روش‌های متعددی برای انجام فراترکیب پیشنهاد شده است که الگوی هفت مرحله‌ای سندلوسکی و باروسا<sup>۱</sup>

<sup>1</sup> Sandelowski & Barroso

### جدول ۲ خروجی تکنیک فراترکیب

ابعاد اکوسیستم کارآفرینی	مؤلفه‌ها	برخی از منابع
سیاست	سیاست دولت، قانون ورشکستگی، مدت زمان اخذ مجوز، پرداخت مالیات، بیمه، قانون شرکت‌ها، حمایت مالی، مشوق‌های قانونی، امتیازهای مالیاتی، در نظر گرفتن کارآفرینی به عنوان ضرورت، گرایش مثبت به کارآفرینی، مشروعیت اجتماعی کارآفرینان، سازمان‌های تحقیقاتی، وضع قوانین ورشکستگی.	استام و اسپیکل (۲۰۱۶)، آیزنبرگ (۲۰۱۱)، اسپیکل (۲۰۱۷)، اکبری سامانی و همکاران (۱۳۹۹)، نولان (۲۰۰۴)، آلوارز ۳ و همکاران (۲۰۱۱)، جعفر ۴ و همکاران (۲۰۱۱)، اسلابرت و سایمون (۲۰۱۲)، استام (۲۰۱۵)، کهزادی و حسینی (۱۳۹۱).
فرهنگ	بستر محلی و منطقه‌ای، میزان روحیه کارآفرینی، تحمل شکست، ریسک‌پذیری افراد، فرهنگ و اقلیم منطقه، پیشرفت طلبی، روحیه احترام گذاشتن به قوانین، شهرت بین‌المللی، موقعیت اجتماعی، موفقیت‌های قابل مشاهده، محیط‌های نهادی و فرهنگی، مشارکت همه‌ی اجزا.	ایاکولوا ۶ و همکاران (۲۰۱۲)، آیزنبرگ (۲۰۱۱)، سورش و رامرج (۲۰۱۲)، اکبری سامانی و همکاران (۱۳۹۹)، هال و همکاران (۲۰۱۲)، سانتوس و همکاران (۲۰۱۷)، شالچیان رابع (۱۳۹۵)، فلد ۷ (۲۰۱۲)، اسپیکل (۲۰۱۷).
حمایت	مناطق رشد و خوشه‌ها، معرفی و شناساندن مؤسسات حامی کارآفرینی، رشد کسب و کارهای جدید، زیرساخت‌های حمایتی، حفاظت از ایده، کنفرانس‌ها، انجمن‌های حمایت از کارآفرینی، مسابقه‌های طرح کسب و کار، متخصصان فنی.	آیزنبرگ (۲۰۱۱)، استام و اسپیکل (۲۰۱۶)، ترابی و همکاران (۱۳۹۷)، اکبری سامانی و همکاران (۱۳۹۹)، تئودوراکي (۲۰۱۷)، اسپیکل (۲۰۱۷)، اریک و بن (۲۰۱۶)، ایاکولوا و همکاران (۲۰۱۲)، هال و همکاران (۲۰۱۲)، کهزادی و حسینی (۱۳۹۱)، قنبری و همکاران (۱۳۹۴).
بازار	شبکه اجتماعی، امور بازاریابی، ارزیابی بازار، شناسایی رقبا، استراتژی تبلیغاتی، تثبیت و حفظ موقعیت در بازار، پذیرندگان اولیه، همکاری بین‌المللی کارآفرینان، بررسی اولیه بازار، تشخیص مشتری، کسب اطلاعات از مشتریان مرجع، کانال‌های توزیع، کارآفرینی در تولید، شبکه‌های کارآفرینان.	کروبی و همکاران (۱۳۹۷)، آیزنبرگ (۲۰۱۱)، استاکس و ویلسون (۲۰۱۰)، استام و اسپیکل (۲۰۱۶)، ترابی و همکاران (۱۳۹۷)، فورلینگر و همکاران (۲۰۱۵)، اکبری سامانی و همکاران (۱۳۹۹)، سانتوس و همکاران (۲۰۱۷).
سرمایه مالی	رشد اقتصادی، یافتن شرکای تجاری، جذب سرمایه‌گذاران جسور، دسترسی به منابع مالی، تدوین طرح تجاری، وام های خرد، سهام خصوصی، سرمایه‌گذاران فرشته، دوستان، خانواده.	آیزنبرگ (۲۰۱۱)، کهزادی و حسینی (۱۳۹۱)، سورش و رامرج (۲۰۱۲)، اکبری سامانی و همکاران (۱۳۹۹)، جیشری و همکاران (۲۰۱۲)، هال و همکاران (۲۰۱۲)، فورلینگر و همکاران (۲۰۱۵).
سرمایه انسانی	دانشگاه و مؤسسات، دوره‌های آموزشی تفصیلی، نیروهای ماهر و غیرماهر، گروه مشاورین و مربیان، شبکه ارتباطات انسانی، نیروی انسانی خلاق، کارآفرینان سریالی، مهارت کارتیمی.	آیزنبرگ (۲۰۱۱)، اسلابرت و همکاران (۲۰۱۲)، اکبری سامانی و همکاران (۱۳۹۹)، تئودوراکي (۲۰۱۷)، میسون و براون (۲۰۱۳)، داوری (۱۳۹۶)، سانتوس و همکاران (۲۰۱۷)، فلد (۲۰۱۲).

<sup>1</sup> Stam & Spigel

<sup>2</sup> Nolan

<sup>3</sup> Alvarez

<sup>4</sup> Jafar

<sup>5</sup> Slabbert & Saayman

<sup>6</sup> Iakovleva

<sup>7</sup> Feld

<sup>8</sup> Theodoraki

<sup>9</sup> Stokes & Wilson

پاسخ‌های اعضای پانل در دوره‌های پیشین و پاسخ هر فرد نیز به صورت جداگانه به آگاهی رسید.

بر این اساس در پایان دور اول، شاخص‌های زیر به دلیل اینکه دارای میانگین کمتر از ۳ بوده‌اند، حذف گردیدند: حمایت مالی، مشوق‌های قانونی، امتیازهای مالیاتی، در نظر گرفتن کارآفرینی به عنوان ضرورت، گرایش مثبت به کارآفرینی، مشروعیت اجتماعی کارآفرینان، سازمان‌های تحقیقاتی، وضع قوانین ورشکستگی، روحیه احترام گذاشتن به قوانین، شهرت بین‌المللی، موقعیت اجتماعی، دوستان، خانواده، موفقیت‌های قابل مشاهده، محیط‌های نهادی و فرهنگی، مشارکت همه‌ی اجزا، کنفرانس‌ها، سوابق اشخاص و سرمایه‌داران بزرگ انجمن‌های حمایت از کارآفرینی، مسابقه‌های طرح کسب و کار، متخصصان فنی، پذیرندگان اولیه، همکاری بین‌المللی کارآفرینان، بررسی اولیه بازار، تشخیص مشتری، کسب اطلاعات از مشتریان مرجع، کانال‌های توزیع، کارآفرینی در تولید، شبکه‌های کارآفرینان، وام‌های خرد، سهام خصوصی، کارآفرینان سریالی، سرمایه‌گذاران فرشته.

در دور دوم، خبرگان میانگین نظر اعضای پانل را که از دور اول به دست آمده بود را دریافت کردند و براساس آن قضاوت جدید خود را اعلام کردند. در این مرحله از پژوهش حاضر به منظور تعیین میزان اتفاق نظر و هماهنگی نظرات اعضای پانل از آزمون کندال و از ضریب هماهنگی کندال استفاده شد. این ضریب مقیاسی برای تعیین درجه هماهنگی و موافقت میان چندین دسته رتبه مربوط به  $\pi$  شیء یا فرد است. این آزمون، عددی بین صفر و یک را به عنوان آمار ارائه می‌دهد. مقدار این مقیاس هنگام هماهنگی یا موافقت کامل برابر با یک و در زمان نبود کامل هماهنگی برابر با صفر است. در ادبیات مربوطه، معمولاً ضریب کندال بالای ۰/۷ را مقدار مناسبی برای ارزیابی مؤلفه‌های ارائه شده قلمداد می‌کنند (نصیری، ۱۳۸۷). جدول (۳) چگونگی تفسیر مقادیر گوناگون این ضریب را نشان می‌دهد:

بنابراین براساس روش فراترکیب، ۶۸ مؤلفه برای اکوسیستم کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری استان مازندران در قالب ۶ بعد اصلی سیاست، فرهنگ، سرمایه مالی، سرمایه انسانی، بازار و حمایت که طبق بررسی مدل‌های اکوسیستم کارآفرینی جزء ابعاد اصلی اکوسیستم کارآفرینی می‌باشند، شناسایی شدند.

به منظور کنترل کیفیت، نتایج فراترکیب در اختیار یکی از خبرگان قرار گرفت و پس از جمع‌آوری نتایج، ضریب کاپای کوهن میان کدگذاری خبره‌ی منتخب و پژوهشگر، محاسبه گردید. نتایج آزمون ضریب توافق کاپا (۰/۶۴۲) و سطح معناداری (۰/۰۰۰) نشان داد که میان دو کدگذاری صورت گرفته، توافق مطلوبی وجود دارد.

## ۴،۲ دلفی

به منظور انتخاب مهم‌ترین‌ها شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی و نیز تکمیل احتمالی این شاخص‌ها، از نظرات خبرگان در قالب تکنیک دلفی/ضریب توافق کندال، استفاده گردید. بدین منظور، دو دوره روش دلفی انجام شد. پرسش‌نامه‌های هر دور به به روش الکترونیکی توزیع و جمع‌آوری شد. در دوره اول، همه‌ی ۶۸ شاخص برگرفته از تکنیک فراترکیب، در اختیار تمام اعضای پانل قرار گرفت تا میزان اهمیت هر یک را مشخص کنند. هم‌چنین، از آن‌ها خواسته شد تا در صورت نیاز، علاوه بر شاخص‌های موجود، شاخص‌های مورد نظر خود را در این فهرست اضافه و پیشنهاد کنند (که پیشنهاد جدیدی دریافت نشد).

در هر دور، تعیین میزان اهمیت عوامل در قالب طیف لیکرت صورت پذیرفت. بر اساس طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای مورد استفاده در پرسشنامه، ابزارهایی که میانگین کمتر از ۳ داشته‌باشند، حذف می‌شوند. در هر دوره در مقابل هر یک از شاخص‌ها، میانگین



### جدول ۳ مقادیر دلیو کنдал و تفسیر آن

مقدار W	تفسیر	اطمینان نسبت به ترتیب عوامل
۰/۱	اتفاق نظر بسیار ضعیف	وجود ندارد
۰/۳	اتفاق نظر ضعیف	کم
۰/۵	اتفاق نظر متوسط	متوسط
۰/۷	اتفاق نظر قوی	زیاد
۰/۹	اتفاق نظر بسیار قوی	بسیار زیاد

جدول (۴) نتیجه محاسبات دلفی را نشان می‌دهد:

### جدول ۴ نتیجه دلفی در دو دور انجام آن

میانگین دور دوم دلفی (W=۰/۷۱۴، Sig =۰/۰۰۰)	میانگین دور اول دلفی (W=۰/۲۹۵، Sig =۰/۴۶۵)	شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی
۴/۲۶	۴/۴۲	سیاست دولت
۴/۱۶	۴/۵۶	قانون ورشکستگی
۴/۵۹	۴/۷۱	مدت زمان اخذ مجوز
۴/۰۲	۴/۰۸	پرداخت مالیات
۳/۸۲	۳/۹۶	بیمه
۳/۹۲	۳/۸۳	قانون شرکت‌ها
۳/۳۳	۳/۱۷	بستر محلی و منطقه‌ای
۳/۶۹	۳/۵۶	میزان روحیه کارآفرینی
۳/۹۴	۳/۷۹	تحمل شکست
۳/۷۶	۳/۸۸	ریسک‌پذیری افراد
۴/۱۹	۴/۱۲	فرهنگ و اقلیم منطقه
۴/۲۰	۴/۰۴	پیشرفت طلبی
۳/۹۷	۴/۱۷	مناطق رشد و خوشه‌ها
۳/۹۲	۳/۹۶	معرفی و شناساندن مؤسسات حامی کارآفرینی
۳/۷۰	۳/۶۳	رشد کسب و کارهای جدید
۳/۹۶	۴/۰۲	زیرساخت‌های حمایتی
۴/۲۲	۴/۱۷	حفاظت از ایده
۳/۷۰	۳/۸۵	شبکه اجتماعی
۳/۵۴	۳/۳۷	امور بازاریابی
۴/۶۲	۴/۵۷	ارزیابی بازار
۴/۶۶	۴/۶۰	شناسایی رقبا
۳/۸۹	۳/۷۸	استراتژی تبلیغاتی

۳/۹۴	۳/۹۰	تثبیت و حفظ موقعیت در بازار
۳/۸۸	۳/۹۲	رشد اقتصادی
۳/۴۴	۳/۲۹	یافتن شرکای تجاری
۳/۵۰	۳/۴۷	جذب سرمایه‌گذاران جسور
۳/۷۲	۳/۵۵	دسترسی به منابع مالی
۳/۹۰	۳/۸۴	تدوین طرح تجاری
۴/۱۰	۴/۰۲	دانشگاه و مؤسسات
۴/۰۲	۳/۹۶	دوره‌های آموزشی تفصیلی
۳/۸۶	۳/۷۵	گروه مشاورین و مربیان
۴/۰۸	۴/۱۲	شبکه ارتباطات انسانی
۳/۷۸	۳/۸۸	نیروی انسانی خلاق
۴/۰۶	۴/۱۴	مهارت کار تیمی

شاخص مندرج در جدول (۴) انتخاب شدند که براساس آن مدل کیفی اکوسیستم کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری استان مازندران شکل گرفت.

شکل ۱ مدل کیفی اکوسیستم کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری استان مازندران را نشان می‌دهد:

با توجه به یافته‌های جدول فوق، میانگین کلیه مؤلفه‌ها در دور دوم دلفی بالای ۳ بوده است. بنابراین، مؤلفه‌ای از دور دوم حذف نمی‌گردد. همچنین ضریب هماهنگی کندال، مثبت و مقدار آن ۰/۷۲۱ به دست آمده است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، معنادار است. بنابراین با توجه به توافق خبرگان و به دست آمدن میانگین بالای ۳ برای همه مؤلفه‌ها، پس از پایان مرحله دوم دلفی، ۳۴



شکل ۱ مدل اکوسیستم کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری

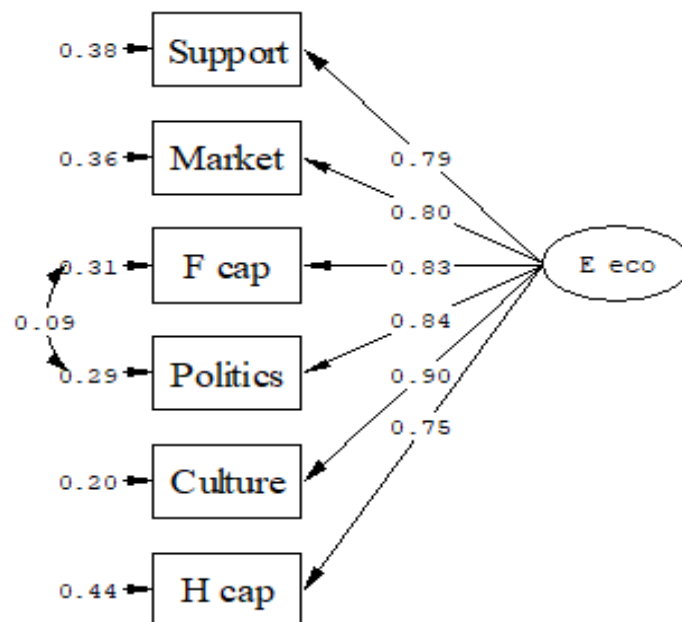
### ۴،۳ تحلیل عاملی تأییدی

جهت بررسی برازش و اعتباریابی مدل ارائه شده در بخش کیفی، از تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم‌افزار لیزرل استفاده شده است. بدین منظور ۷ مدل تحلیل عاملی تأییدی زیر طراحی و اجرا گردید:

- مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های فرعی حمایت
- مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های فرعی بازار
- مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های فرعی سرمایه مالی
- مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های فرعی سرمایه فکری

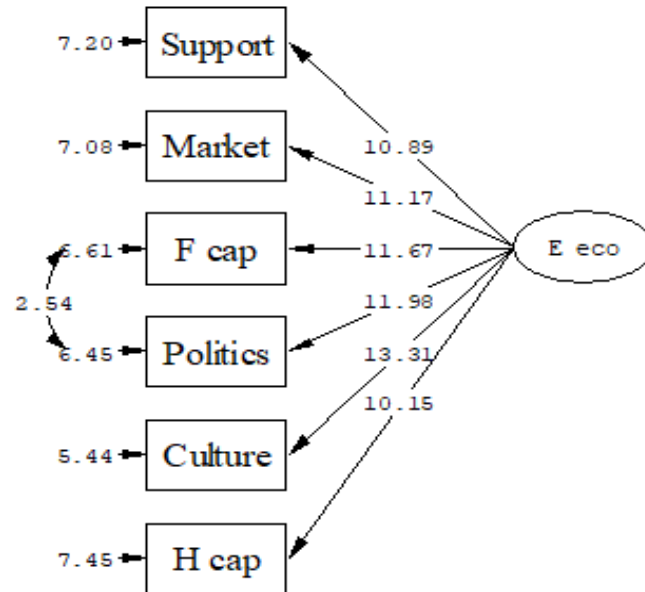
- مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های اصلی اکوسیستم کارآفرینی
- مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های فرعی سیاست
- مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های فرعی فرهنگ

شکل (۲) و (۳) تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های اصلی اکوسیستم کارآفرینی را در حالت تخمین استاندارد و ضریب معناداری نشان می‌دهند:



Chi-Square=14.14, df=8, P-value=0.07818, RMSEA=0.074

شکل ۲ تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های اصلی اکوسیستم کارآفرینی در حالت تخمین استاندارد



Chi-Square=14.14, df=8, P-value=0.07818, RMSEA=0.074

شکل ۳ تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های اصلی اکوسیستم کارآفرینی در حالت ضریب معناداری

بزرگتر از ۵٪ و معنادار هستند که در این بین دو شاخص اصلی فرهنگ و سیاست، دارای بالاترین بار عاملی هستند.

جدول (۵) نتایج تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های اصلی اکوسیستم کارآفرینی را نشان می‌دهد:

همان‌گونه که در شکل (۲) مشخص است بارهای عاملی شاخص‌های اصلی اکوسیستم کارآفرینی در حالت تخمین استاندارد در بازه بین ۷۵٪ تا ۹۰٪ قرار دارد. هم‌چنین بر اساس شکل (۳) مشخص شده است که مقادیر آماره تی همه‌ی بارهای عاملی در خارج از بازه‌ی ۱/۹۶- و ۱/۹۶+ قرار دارد. بنابراین بر اساس شکل (۱) و (۲) می‌توان گفت بارهای عاملی همه‌ی شاخص‌های اصلی اکوسیستم کارآفرینی

جدول ۵ نتایج تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های اصلی اکوسیستم کارآفرینی

سازه	شاخص	بار عاملی	آماره تی	AVE	CR	روایی سازه همگرا
اکوسیستم کارآفرینی (E eco)	فرهنگ (Culture)	۰/۹۰	همه بارهای عاملی در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار هستند	۰/۶۷۲	۰/۸۳۱	تأیید
	سیاست‌ها (Politics)	۰/۸۴				
	حمایت (Support)	۰/۷۹				
	بازار (Market)	۰/۸۰				
	سرمایه مالی (F cap)	۰/۸۳				
	سرمایه انسانی (H cap)	۰/۷۵				

شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE) بزرگتر از ۰/۵ است، بنابراین روایی سازه همگرای مدل نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول (۶) نیز شاخص‌های برازش مدل ابعاد اصلی اکوسیستم کارآفرینی را نشان می‌دهد:

همان‌گونه که در جدول (۵) مشخص است، مقدار پایایی مرکب (CR) مدل بیشتر از ۰/۷ به دست آمده است که نشان‌دهنده پایایی مناسب مدل پیشنهادی است. از سوی دیگر، با توجه به این‌که مقادیر بارهای عاملی شاخص‌ها بالاتر از ۰/۵ و معنادار به دست آمده است و همچنین مقدار

جدول ۶ شاخص‌های برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های اصلی اکوسیستم کارآفرینی گردشگری

شاخص	AGFI	GFI	NFI	IFI	CFI	RMSEA	Chi2/df	آماره p
مقدار به دست آمده	۰/۹۱	۰/۹۷	۰/۹۸	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۰۷۴	۱/۷۷	۰/۰۷۸
مقدار قابل قبول	>=۹۰	>=۹۰	>=۹۰	>=۹۰	>=۹۰	<۰/۰۸	<۳	> /۰۵

جدول (۷) نتایج تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های هر یک از ابعاد اکوسیستم کارآفرینی را نشان می‌دهد:

با توجه به اینکه شاخص‌های برازش مندرج در جدول (۶) دارای مقادیر قابل قبولی هستند، می‌توان گفت که مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های اصلی اکوسیستم کارآفرینی از برازش مناسبی برخوردار است.

جدول ۷ نتایج تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های هر یک از ابعاد اکوسیستم کارآفرینی

شاخص	شاخص فرعی	بار عاملی	آماره تی	AVE	CR	روایی سازه همگرا
سیاست	سیاست دولت	۰/۷۵	همه بارهای عاملی در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار هستند	۰/۶۷۲	۰/۸۳۱	تأیید
	قانون ورشکستگی	۰/۷۸				
	مدت زمان اخذ مجوز	۰/۹۱				
	پرداخت مالیات	۰/۸۹				
	بیمه	۰/۹۳				
	قانون شرکت‌ها	۰/۷۸				
فرهنگ	بستر محلی و منطقه‌ای	۰/۷۴	۱/۹۶۴	۰/۶۶۴	۰/۸۲۹	تأیید
	میزان روحیه‌ی کارآفرینی	۰/۹۵				
	تحمل شکست	۰/۷۸				
	ریسک‌پذیری افراد	۰/۹۲				
	فرهنگ و اقلیم منطقه	۰/۷۳				
	پیشرفت طلبی	۰/۷۴				
حمایت	مناطق رشد و خوشه‌ها	۰/۵۵	۱/۹۶۴	۰/۵۶۹	۰/۷۸۸	تأیید
	معرفی و شناساندن	۰/۶۸				
	رشد کسب و کارهای جدید	۰/۹۳				
	زیرساخت‌های حمایتی	۰/۷۶				
	حفاظت از آینده	۰/۸۰				
بازار	شبکه اجتماعی	۰/۷۶	۱/۹۶۴	۰/۶۳۳	۰/۸۲۶	تأیید
	امور بازاریابی	۰/۸۲				
	ارزیابی بازار	۰/۹۰				
	شناسایی رقبا	۰/۸۴				
	استراتژی تبلیغاتی	۰/۸۲				
	تثبیت و حفظ موقعیت در	۰/۶۰				
سرمایه مالی	رشد اقتصادی	۰/۶۶	۱/۹۶۴	۰/۵۲۳	۰/۷۸۳	تأیید
	یافتن شرکای تجاری	۰/۸۱				
	جذب سرمایه‌گذاران جسور	۰/۷۷				
	دسترسی به منابع مالی	۰/۷۳				
	تدوین طرح تجاری	۰/۶۳				
سرمایه انسانی	دانشگاه و مؤسسات	۰/۸۲	۱/۹۶۴	۰/۶۰۳	۰/۸۲۰	تأیید
	دوره‌های آموزشی تفصیلی	۰/۷۷				
	گروه مشاورین و مربیان	۰/۹۴				
	شبکه ارتباطات انسانی	۰/۹۲				
	نیروی انسانی خلاق	۰/۶۰				
	مهارت کار تیمی	۰/۵۱				

بزرگتر از ۰/۵ است، بنابراین روایی سازه همگرا برای هر شش مدل مربوط به شاخص‌های فرعی اکوسیستم کارآفرینی مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول (۸) نیز شاخص‌های برازش مربوط به مدل شاخص‌های فرعی اکوسیستم کارآفرینی را نشان می‌دهد:

بر اساس جدول (۷) می‌توان گفت مقدار پایایی مرکب مدل‌های مربوط به شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی بیشتر از ۰/۷ به دست آمده است که نشان‌دهنده پایایی مناسب مدل پیشنهادی است. از سوی دیگر، با توجه به این‌که مقادیر بارهای عاملی شاخص‌های فرعی در هر شش مدل، بالاتر از ۰/۵ و معنادار به دست آمده است و همچنین مقدار شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)

جدول ۸ شاخص‌های برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های فرعی اکوسیستم کارآفرینی

ابعاد	AGFI	GFI	NFI	IFI	CFI	RMSEA	Chi2/df	آماره p
سیاست	۰/۹۵	۰/۹۹	۱	۱	۱	۰/۰۰۰	۰/۹۶	۰/۴۳
فرهنگ	۰/۹۷	۰/۹۹	۱	۱	۱	۰/۰۰۰	۰/۵۷	۰/۶۹
حمایت	۰/۹۷	۰/۹۹	۱	۱	۱	۰/۰۰۰	۰/۷۷	۰/۵۱
بازار	۰/۹۲	۰/۹۷	۰/۹۸	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۰۶۴	۱/۵۷	۰/۱۳
سرمایه مالی	۰/۹۴	۰/۹۹	۰/۹۹	۱	۱	۰/۰۵۷	۱/۴۵	۰/۲۳
سرمایه انسانی	۰/۹۱	۰/۹۷	۰/۹۸	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۰۷۵	۱/۷۸	۰/۰۸
مقدار قابل قبول	>=۹۰	>=۹۰	>=۹۰	>=۹۰	>=۹۰	<۰/۰۸	<۳	> /۰۵

بررسی قرار گرفت. نحوه نتیجه‌گیری در این آزمون به این صورت است که اگر میزان sig کوچکتر از ۰/۰۵ باشد، داده‌ها غیرنرمال و اگر بزرگتر از ۰/۰۵ باشد، داده‌ها نرمال هستند. نتایج نشان داد که توزیع داده‌های همه‌ی مؤلفه‌ها نرمال می‌باشند (جدول ۹). بنابراین جهت تعیین وضعیت مؤلفه‌های پژوهش از آزمون پارامتری تی تک نمونه‌ای استفاده شد. فرض صفر و فرض یک آزمون به صورت زیر تعریف می‌شوند:

$$\text{فرض صفر} = \mu = ۳$$

$$\text{فرض یک} = \mu \neq ۳$$

مطابق این آزمون، در هر مورد که سطح معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ باشد، مؤلفه‌های مدل پیشنهادی اکوسیستم کارآفرینی در وضعیت متوسط (عدد ۳،

با توجه به اینکه شاخص‌های برازش مندرج در جدول (۸) دارای مقادیر قابل قبولی هستند، می‌توان گفت که هر ۶ مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص‌های فرعی اکوسیستم کارآفرینی از برازش مناسبی برخوردار هستند.

## ۴/۴ ارزیابی وضعیت مؤلفه‌های مدل پیشنهادی اکوسیستم کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری استان مازندران

در این بخش به بررسی وضعیت مؤلفه‌های مدل پیشنهادی اکوسیستم کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری استان مازندران پرداخته شده است. بدین منظور ابتدا توزیع داده‌های همه‌ی مؤلفه‌های مدل از طریق آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (K-S) مورد

بزرگتر از ۳ باشد، نشان دهنده وضعیت مطلوب است و در صورتی که میانگین بدست آمده به طور معناداری کوچکتر از ۳ باشد، نشان دهنده وضعیت نامطلوب است. جدول (۹) نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و آزمون تی تک نمونه‌ای را برای بررسی وضعیت مؤلفه‌های مدل پیشنهادی اکوسیستم کارآفرینی در استان مازندران نشان می‌دهد:

که حد وسط طیف لیکرت می‌باشد) قرار می‌گیرند و چنانچه سطح معناداری کوچکتر از ۰/۰۵ باشد، مؤلفه‌ها در وضعیت متوسط قرار نمی‌گیرند، یعنی وضعیت فعلی مؤلفه‌ها از دید اعضای نمونه آماری، بیشتر از حد متوسط یا کمتر از آن خواهد بود. با توجه به میانگین به دست آمده، مطلوب بودن / نبودن وضعیت مؤلفه‌ها تعیین می‌شوند. در صورتی که میانگین بدست آمده به طور معناداری

جدول ۹ نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و تی تک نمونه‌ای

تی تست تک نمونه‌ای			K-S تک نمونه‌ای		مؤلفه‌های مدل پیشنهادی اکوسیستم کارآفرینی
وضعیت	Sig	مقدار t	نتیجه	آماره آزمون	
مطلوب	۰/۰۰۰	۷/۱۶	۳/۸۹	۰/۰۶۵	سیاست دولت
مطلوب	۰/۰۰۰	۷/۳۰	۳/۸۸	۰/۰۶۴	قانون ورشکستگی
مطلوب	۰/۰۰۰	۷/۸۱	۳/۹۲	۰/۰۷۲	مدت زمان اخذ مجوز
مطلوب	۰/۰۰۰	۱۰/۴۱	۴/۲۷	۰/۰۷۰	پرداخت مالیات
نامطلوب	۰/۰۰۰	-۳/۸۹	۲/۴۴	۰/۰۷۸	قانون شرکت‌ها
نامطلوب	۰/۰۰۰	-۴	۲/۴۴	۰/۰۸۰	بستر محلی و منطقه‌ای
مطلوب	۰/۰۰۰	۸/۱۳	۳/۹۷	۰/۰۷۳	میزان روحیه ی کارآفرینی
نامطلوب	۰/۰۰۰	-۳/۶۴	۲/۴۷	۰/۰۷۱	تحمل شکست
مطلوب	۰/۰۰۰	۶/۰۴	۳/۸۳	۰/۰۶۷	ریسک پذیری افراد
نامطلوب	۰/۰۰۰	-۴/۴۵	۲/۳۹	۰/۰۶۹	فرهنگ و اقلیم منطقه
نامطلوب	۰/۰۰۰	-۴/۸۸	۲/۳۵	۰/۰۷۹	پیشرفت طلبی
مطلوب	۰/۰۰۰	۸/۶۹	۴/۰۲	۰/۰۶۵	مناطق رشد و خوشه‌ها
نامطلوب	۰/۰۰۰	-۶	۲/۲۳	۰/۰۷۸	معرفی و شناساندن مؤسسات حامی
نامطلوب	۰/۰۰۰	-۴/۳۳	۲/۴۰	۰/۰۶۴	رشدکسب و کارهای جدید
نامطلوب	۰/۰۰۰	-۴/۴۰	۲/۳۹	۰/۰۵۵	زیرساخت‌های حمایتی
نامطلوب	۰/۰۰۰	-۵/۷۵	۲/۲۷	۰/۰۷۵	حفاظت از آینده
مطلوب	۰/۰۰۰	۹/۴۲	۴/۱۵	۰/۰۵۶	شبکه اجتماعی
مطلوب	۰/۰۰۲	۳/۱۴	۳/۴۴	۰/۰۵۶	امور بازاریابی
نامطلوب	۰/۰۰۰	-۵/۷۶	۲/۲۶	۰/۰۷۹	ارزیابی بازار
نامطلوب	۰/۰۰۰	-۶/۷۱	۲/۱۹	۰/۰۷۱	شناسایی رقبا
مطلوب	۰/۰۱۱	۲/۵۸	۳/۳۶	۰/۰۶۹	استراتژی تبلیغاتی
مطلوب	۰/۰۰۷	۲/۷۷	۳/۳۹	۰/۰۵۵	تثبیت و حفظ موقعیت در بازار
نامطلوب	۰/۰۰۰	-۵/۸۳	۲/۲۶	۰/۰۶۴	رشد اقتصادی
مطلوب	۰/۰۰۰	۵/۲۷	۳/۷۰	۰/۰۷۱	یافتن شرکای تجاری
نامطلوب	۰/۰۰۰	-۳/۷۰	۲/۴۷	۰/۰۶۹	جذب سرمایه‌گذاران جسور

بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که همه‌ی آن‌ها از توزیع نرمال برخوردار هستند، مقدار Sig همگی مولفه‌ها بیشتر از ۰/۰۵ به دست آمده است،



نامطلوب	۰/۰۰۰	-۳/۶۴	۲/۴۸	۰/۰۵۵	۰/۹۸۷	دسترسی به منابع مالی
نامطلوب	۰/۰۰۰	-۳/۷۵	۲/۴۷	۰/۰۵۶	۰/۹۸۴	تدوین طرح تجاری
مطلوب	۰/۰۰۰	۶/۸۴	۳/۹۰	۰/۰۸۷	۰/۷۸۵	دانشگاه و مؤسسات
مطلوب	۰/۰۰۰	۶/۱۸	۳/۸۴	۰/۰۷۳	۰/۸۹۶	دوره‌های آموزشی تفصیلی
مطلوب	۰/۰۰۰	۶/۴۲	۳/۸۸	۰/۰۶۴	۰/۹۷۴	گروه مشاورین و مربیان
مطلوب	۰/۰۰۰	۷/۳۰	۳/۹۸	۰/۰۵۵	۰/۹۸۸	شبکه ارتباطات انسانی
مطلوب	۰/۰۰۰	۴/۳۹	۳/۵۹	۰/۰۶۵	۰/۹۶۵	نیروی انسانی خلاق
مطلوب	۰/۰۰۰	۳/۴۹	۳/۴۹	۰/۰۷۹	۰/۸۴۱	مهارت کار تیمی

در این پژوهش تلاش گردید تا ابعاد و مؤلفه‌های اکوسیستم کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری استان مازندران تبیین گردد. بدین منظور ابتدا در بخش کیفی با استفاده از تکنیک فراترکیب و دلفی دو مرحله‌ای ۳۴ مؤلفه در قالب ۶ بعد اصلی شناسایی شدند که عبارتند از: ۱. فرهنگ (میزان روحیه کارآفرینی، ریسک‌پذیری افراد، بستر محلی و منطقه‌ای، تحمل شکست، فرهنگ و اقلیم منطقه، پیشرفت‌طلبی)، ۲. سیاست (سیاست دولت، قانون و روش‌سختی، مدت زمان اخذ مجوز، پرداخت مالیات، بیمه، قانون شرکت‌ها)، ۳. حمایت (مناطق رشد و خوشه‌ها، معرفی و شناساندن مؤسسات حامی کارآفرینی، رشد کسب و کارهای جدید، زیرساخت‌های حمایتی، حفاظت از ایده)، ۴. بازار (شبکه اجتماعی، امور بازاریابی، استراتژی تبلیغاتی، تثبیت و حفظ موقعیت در بازار، ارزیابی بازار، شناسایی رقبای)، ۵. سرمایه انسانی (یافتن شرکای تجاری، رشد اقتصادی، جذب سرمایه‌گذاران جسور، دسترسی به منابع مالی، تدوین طرح تجاری) و ۶. سرمایه مالی (دانشگاه و مؤسسات، دوره‌های آموزشی تفصیلی، گروه مشاورین و مربیان، شبکه ارتباطات انسانی، نیروی انسانی خلاق، مهارت کار تیمی).

سپس در بخش کمی، به منظور اعتباریابی مدل از تحلیل عاملی تأییدی استفاده گردید. نتایج تحلیل عاملی تأییدی نشان داد که مدل ارائه شده از برآش مناسبی برخوردار است و براساس بارعاملی به دست آمده، فرهنگ با بار عاملی ۰/۹ بیشترین تأثیر را در

بر اساس نتیجه آزمون تی تک نمونه‌ای که در جدول (۹) قابل مشاهده است، می‌توان گفت که از دید پاسخگوپان، مؤلفه‌های "قانون شرکت‌ها، بستر محلی و منطقه‌ای، تحمل شکست، فرهنگ و اقلیم منطقه، پیشرفت‌طلبی، معرفی و شناساندن مؤسسات حامی کارآفرینی، رشد کسب و کارهای جدید، زیرساخت‌های حمایتی، حفاظت از ایده، ارزیابی بازار، شناسایی رقبای، رشد اقتصادی، جذب سرمایه‌گذاران جسور، دسترسی به منابع مالی و تدوین طرح تجاری"، دارای وضعیت مطلوبی نیستند؛ و سایر مؤلفه‌ها دارای وضعیت مطلوبی می‌باشند.

## ۵ بحث و نتیجه‌گیری

لازمه توسعه کارآفرینی در کسب و کارهای گردشگری، نگاه نظام‌مند به کارآفرینی گردشگری می‌باشد. به طوری که به تمام عناصر و عوامل مرتبط به طور هم‌زمان توجه شود و در تدوین سیاست‌های توسعه کارآفرینی گردشگری همه ابعاد در یک اکوسیستم در نظر گرفته شوند. اکوسیستم‌های کارآفرینی پدیده‌های منحصر به فردی هستند که قابل تقلید نیستند (میسون و بارون، ۲۰۱۳). با توجه به تفاوت در ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و حتی جغرافیایی اکوسیستم‌ها از یک منطقه به منطقه دیگر، توسعه اکوسیستم در هر منطقه نیازمند شناسایی عوامل سازنده اکوسیستم و ارائه الگوی مناسب به منظور بهبود و ارتقاء این عناصر و تعاملات بین آن‌ها می‌باشد (اکنر، ۲۰۱۸).

در بعد فرهنگ از نظر پاسخگویان، مؤلفه‌های میزان روحیه‌ی کارآفرینی و ریسک‌پذیری افراد در کسب و کارهای گردشگری استان مازندران از وضعیت مطلوبی برخوردار هستند؛ اما مؤلفه‌های بستر محلی و منطقه‌ای، تحمل شکست، فرهنگ و اقلیم منطقه و پیشرفت‌طلبی وضعیت مطلوبی ندارند.

در بعد سیاست، مؤلفه‌های سیاست دولت، قانون ورشکستگی، مدت زمان اخذ مجوز، پرداخت مالیات و بیمه وضعیت مطلوبی دارند؛ اما مؤلفه قانون شرکت‌ها ضعیف بوده و مورد توجه قرار نگرفته است.

در بعد حمایت، مؤلفه مناطق رشد و خوشه‌ها وضعیت مطلوبی دارد؛ اما مؤلفه‌های معرفی و شناساندن مؤسسات حامی کارآفرینی، رشد کسب و کارهای جدید، زیرساخت‌های حمایتی و حفاظت از ایده وضعیت مطلوبی ندارند.

در بعد بازار، مؤلفه‌های شبکه اجتماعی، اموربازاریابی، استراتژی تبلیغاتی و تثبیت و حفظ موقعیت در بازار از وضعیت مطلوبی برخوردار هستند؛ اما مؤلفه‌های ارزیابی بازار و شناسایی رقبا ضعیف بوده و مورد توجه قرار نگرفته است.

در بعد سرمایه مالی، مؤلفه‌ی یافتن شرکای تجاری وضعیت مطلوبی دارد؛ اما مؤلفه‌های رشد اقتصادی، جذب سرمایه‌گذاران جسور، دسترسی به منابع مالی و تدوین طرح تجاری وضعیت مطلوبی ندارند.

در بعد سرمایه انسانی، تمامی مؤلفه‌ها شامل دانشگاه و مؤسسات، دوره‌های آموزشی تفصیلی، گروه مشاورین و مربیان، شبکه ارتباطات انسانی، نیروی انسانی خلاق و مهارت‌کارتیمی در کسب و کارهای گردشگری استان مازندران از وضعیت مطلوبی برخوردار هستند.

گسترش و ارتقاء اکوسیستم کارآفرینی مستلزم تقویت همگام و موزای فاکتورهای درهم تنیده‌ی تشکیل‌دهنده‌ی آن است. تمام زیرسیستم‌های

تبیین سازه اکوسیستم کارآفرینی گردشگری استان مازندران دارد که یافته‌های پژوهش‌های پیشین نیز ضرورت وجود این عامل را تایید می‌کنند (آیزنبرگ، ۲۰۱۱؛ فورلینگر و همکاران، ۲۰۱۵؛ اسپیکل، ۲۰۱۷؛ فلدمن و همکاران، ۲۰۰۵؛ میسون و براون، ۲۰۱۳). سیاست به عنوان دومین عامل در تبیین سازه اکوسیستم کارآفرینی گردشگری استان مازندران شناسایی شد که بررسی پیشینه پژوهش آن را تایید می‌کند (فورلینگر و همکاران، ۲۰۱۵؛ اسپیکل، ۲۰۱۷؛ آیزنبرگ، ۲۰۱۱؛ اکبری سامانی و همکاران، ۱۳۹۹). سرمایه مالی سومین عامل در تبیین سازه اکوسیستم کارآفرینی گردشگری استان مازندران شناسایی شد. یافته‌های پژوهش‌های پیشین نیز ضرورت وجود این عامل را تایید می‌کنند (آیزنبرگ، ۲۰۱۱؛ فورلینگر و همکاران، ۲۰۱۵؛ سورش و رامرج، ۲۰۱۲؛ اسپیکل، ۲۰۱۷؛ کهزادی و حسینی، ۱۳۹۱). بازار چهارمین عامل در تبیین سازه اکوسیستم کارآفرینی گردشگری استان مازندران بوده است که یافته‌های ادبیات پژوهش نیز آن را تایید می‌کند (فورلینگر و همکاران، ۲۰۱۵؛ اسپیکل، ۲۰۱۷؛ سانتوس و همکاران، ۲۰۱۷؛ آیزنبرگ، ۲۰۱۱). حمایت پنجمین عامل در تبیین سازه اکوسیستم کارآفرینی گردشگری استان مازندران شناسایی شد که یافته‌های پژوهش‌های پیشین نیز ضرورت وجود این عامل را تایید می‌کنند (آیزنبرگ، ۲۰۱۱؛ فورلینگر و همکاران، ۲۰۱۵؛ اسپیکل، ۲۰۱۷؛ ترابی و همکاران، ۱۳۹۷؛ اریک و بن، ۲۰۱۶) و در نهایت، سرمایه انسانی با بار عاملی ۰/۷۵ به عنوان ششمین عامل در تبیین سازه اکوسیستم کارآفرینی گردشگری استان مازندران شناسایی شد که بررسی پیشینه پژوهش ضرورت وجود این عامل را تایید می‌کند (میسون و براون، ۲۰۱۳؛ اسپیکل، ۲۰۱۷؛ آیزنبرگ، ۲۰۱۱؛ اکبری سامانی و همکاران، ۱۳۹۹؛ تئودوراکی، ۲۰۱۷).

دربخش نهایی، وضعیت اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در استان مازندران از طریق آزمون تی تک نمونه‌ای مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای نشان داد که:

تعمیم نتایج به سایر صنایع و نیز اکوسیستم کارآفرینی گردشگری سایر استان‌ها باید جوانب احتیاط رعایت شود. همچنین پیشنهاد می‌شود که موارد زیر در پژوهش‌های آتی توسط پژوهشگران مورد بررسی قرار بگیرند:

- ارائه مدل اکوسیستم کارآفرینی در صنعت گردشگری با رویکرد نظریه داده بنیاد.
- تجزیه و تحلیل اهمیت-عملکرد<sup>۱</sup> (IPA) مؤلفه‌های اکوسیستم کارآفرینی در صنعت گردشگری.
- ارائه مدل موانع اجرای موفق اکوسیستم کارآفرینی با رویکردهای دیمتل و مدلسازی ساختاری تفسیری.
- به کارگیری ماتریس خانه کیفیت<sup>۲</sup> جهت تجزیه و تحلیل موانع پیاده سازی موفق اکوسیستم کارآفرینی در صنعت گردشگری و بررسی روابط آن با راهکارهای حل موانع.

اکوسیستم کارآفرینی همانند قطعه‌های پازل به یکدیگر مرتبط هستند و ضعف در یک زیرسیستم باعث بروز مشکل در زیرسیستم‌های دیگر می‌گردد و توجه به تنها یک جنبه از اکوسیستم کارآفرینی چندان مثمرتر نخواهد بود. نتایج به دست آمده از ارزیابی وضعیت اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در استان مازندران نشان می‌دهد که اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در استان مازندران بسیار نوپاست. بنابراین جهت بهبود عملکرد اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در استان مازندران توصیه می‌گردد براساس مدل ارائه شده در این پژوهش و نتایج ارزیابی وضعیت موجود اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در این استان، با نگاه نظام‌مند مسئولان استانی تمامی زیرسیستم‌ها در کنار یکدیگر رشد کنند و تقویت شوند تا از طریق هم‌افزایی، توانایی اکوسیستم افزایش یابد. در بررسی پژوهش حاضر باید به این محدودیت توجه داشت که نتایج به دست آمده بر اساس نظرات خبرگان و کارشناسان گردشگری استان مازندران بوده است. بنابراین در

## منابع

- Akbari Samani, N., Badri, S.A., & Rezvani, M.R. (2020). Performance Evaluation of Elements of Rural Tourism Entrepreneurship Ecosystem; Case Study: Tehran Province. *Journal of Rural research*, 11(3), 559-574.
- Alvarez, C, Urbano, D, Coduras, A, Ruiz-Navarro, J. (2011). *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(1), 120-140.
- Audretsch, D. B., Cunningham, J. A., Kuratko, D. F., (2019). Entrepreneurial ecosystems: economic, technological, and societal impacts, *J Technol Transf*, 44 (2):313-325.
- Davari, A., Sefidbari, L., & Baghersad, V. (2017). The factors of entrepreneurial ecosystem in Iran Based on Isenberg's Model. *Journal of "Entrepreneurship Development*, 10(1), 101-120.
- Eichelberger, S., Peters, M., Pikkemaat, B., & Chan, C. S. (2020). Entrepreneurial ecosystems in smart cities for tourism development: From stakeholder perceptions to regional tourism policy implications. *Journal of*

<sup>2</sup> House of Quality

<sup>1</sup> importance performance analysis

- Hospitality and Tourism Management, 45, 319-329.
- Erik, S., & Ben, S. (2016). Entrepreneurial Ecosystems. Utrecht School of Economics Tjalling C. Koopmans Research Institute Discussion, Paper Series, 16-13.
- Fallah, M., Amiri, M., Haji Heidari, N., Seyed Amiri, N & Sfidani, M. R. (2019). Designing an Entrepreneurial Ecosystem Model for Start-up IT Businesses (Case Study: South Khorasan). Public Management Research, 12 (45), 59-84.
- Feldman, M., Francis, J., & Bercovitz, J. (2005). Creating a cluster while building a firm: Entrepreneurs and the formation of industrial clusters. Regional Studies, 39(1), 129-141.
- Fuerlinger, G., Fandl, U., & Funke, T. (2015). The role of the state in the entrepreneurship ecosystem: insights from Germany. Triple Helix, 2(1), 1-26.
- Fuerlinger, G., Fandl, U., & Funke, T. (2015). The role of the state in the entrepreneurship ecosystem: insights from Germany. Triple Helix, 2(1), 1-26.
- Ghambarali, R., Agahi, H., Alibeygi, A., & Zarafshani, K. (2014). Entrepreneurship Ecosystem Strategy: A New Paradigm for Entrepreneurship Development. Journal of entrepreneurship in agriculture, 1(3), 21-38.
- Ghanbari, S., dehghan, M.H., & Anaraki, H. (2015). Factors affecting the development of entrepreneurship in rural tourism. Quarterly Journal of Tourism Management Studies, 10 (32), 1-20.
- Gholami Avati., Nazoktabar, H., & Namdar, A. (2010). Women's business enterprises and their role on sustainable development in Mazandaran province. Journal of Women Study, 1(1), 133-156.
- Gnyawali, D. R., & Fogel, D. S. (1994). Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. Entrepreneurship theory and practice, 18(4), 43-62.
- Iakovleva, T., Bay-Larsen, I., Kharitonova, G., & Didyk, V. (2012). Entrepreneurship and sustainability in nature-based tourism: The role of institutional profiles in Northern Norway and Northwest Russia. Journal of Small Business & Entrepreneurship, 25(4), 433-450.
- Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. Presentation at the Institute of International and European Affairs, 1, 13.
- Isenberg, D. J. (2010). How to Start an Entrepreneurial Revolution. Harvard business review (Harvard business school Publishing Corporation).
- Jafar, M. Abdul-Aziz, A. R. Maideen, S. A. Mohd, S. Z. (2011) Entrepreneurship in the Tourism Industry: Issues in Developing Countries International Journal of Hospitality Management, 30 (4), 827-835.
- Karoubi, M., Bahari, J., Bahari, S., Bahari, H., Mohammadi, S. (2018). Analysis of the Role of Tourism in Economic Development of Tabriz City.

- Geography and Human Relationships, 1(2), 335-352.
- Kerr, W.R. & Nanda, R., 2009a. Democratizing entry: Banking deregulations, financing constraints, and entrepreneurship. *Journal of Financial Economics*, 94(1), pp.124-149
- Kyung Park, E., Martins, R., Hain, D., & Jurowetzki, R. (2017). Entrepreneurial Ecosystem for Technology Start-ups in Nairobi: Empirical analysis of Twitter networks of Start-ups and Support organizations, Retrieved from <https://vbn.aau.dk/en/publications/entrepreneurial-ecosystem-for-technology-start-ups-in-nairobi-EMP>.
- Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Final report to OECD, Paris, 30(1), 77-102.
- Nasiri, V. (2008). Applied statistics with computer. Tehran: Iran Industrial Training and Research Center.
- Nolan, A. (2004). Entrepreneurship and local economic development: policy Economic Development Book. OECD: 77- 90. Available through [http://www.oecdpublications.gfi-nb.com/cgi-bin\\_oecd\\_bookshop.storefront](http://www.oecdpublications.gfi-nb.com/cgi-bin_oecd_bookshop.storefront).
- O'Connor, A., Stam, E., Sussan, F., & Audretsch, D. (2018). Entrepreneurial Ecosystems: The Foundations of Place-based Renewal, In: O'Connor, A., Stam, E., Sussan, F., Audretsch, D.B. (Eds) Entrepreneurial Ecosystems. Place-Based Transformations and Transitions. New York: Springer International Publishing.
- Porter, B. A., Orams, M. B., & Lück, M. (2018). Sustainable entrepreneurship tourism: An alternative development approach for remote coastal communities where awareness of tourism is low. *Tourism Planning & Development*, 15(2), 149-165.
- Raminmehr, H., & Charsetadm P. (20118). Quantitative research method using structural equation modeling. Tehran: Termeh.
- Ranaei Kordshouli, H., & Daneshvar, V. (2011). Designing a comprehensive model of human resource excellence using a qualitative meta-combination method. *Human resource studies*, 1(1), 1-20.
- Sandelowski M, Barroso J. Handbook for synthesizing qualitative research. New York: Springer; 2007.
- Sandelowski, M., & J. Barroso. (2007). Handbook for synthesizing qualitative research. New York: Springer.
- Santos, D. A. G. D., Zen, A. C., & Schmidt, V. K. (2017). Entrepreneurship ecosystems and the stimulus to the creation of innovative business: A case in the app industry in Brazil. *Journal of research in business, economics and management*, 8(5), 1537-1543.
- Shalchian, N. (2016). The role of tourism in economic development, job creation and cleansing deprivation in the coasts and islands of the Persian Gulf (case study: Qeshm Free Zone). *The Persian Gulf Political-Cultural Studies Journal*, 3(8), 33-64.

- Slabbert, E., Saayman, M., & Van der Merwe, P. (2012). Travel behaviour of South African tourism students. *South African journal for research in sport, physical education and recreation*, 34(1), 137-151.
- Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1): 49-72.
- Stam, E. (2013). Entrepreneurial\_Ecosystem.NL: miracle or paradox. Presentation to OECD LEED Programme Workshop on Entrepreneurial ecosystems and Growth-oriented entrepreneurship, 23(12), 134-153.
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique. *European Planning Studies*, 23(9): 1759-1769.
- Stam, F. C., & Spigel, B. (2016). Entrepreneurial ecosystems. USE Discussion paper series, 16(13).
- Stokes, D., Wilson, N. (2010). *Small Business Management and Entrepreneurship*. Cengage, Hampshire, UK.
- Suresh, J., & Ramraj, R. (2012). Entrepreneurial ecosystem: Case study on the influence of environmental factors on entrepreneurial success. *European Journal of Business and Management*, 4(16), 95-101.
- Theodoraki, C. (2017). Exploring the entrepreneurial ecosystem in the field of entrepreneurial support: a multi-level approach. *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, 31(1): 47-66.
- Torabi, H., Kheirandish, M., & Mohammadi Khiareh, M. (2018). Investigating the role of entrepreneurship ecosystem on entrepreneurship process in selected countries of the Global Entrepreneurship Watch. Master Thesis, Gonbad Kavous University.
- Valdez, M. E., & Richardson, J. (2013). Institutional determinants of macro-level entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 37(5), 1149- 1175.