

Analysis of the Factors Affecting the Success of Ecolodge Business (Case study: Southeastern counties of Isfahan Province)

Narges Vazin^{1*}, Hojjatollah Yazdanpanah², Malihe Saeedi³

1- Assistant Professor of Geography and Tourism Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran.

2- Associate Professor of Climatology, University of Isfahan, Isfahan, Iran.

3- MA of Geography and Tourism Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran.

Received: 27 November 2022

Accepted: 30 January 2023

Extended Abstract

Introduction

The ecolodges are among the tourism services, especially in the nature tourism areas and villages. The ecolodges are small-scale businesses whose principles are native design and architecture, cooperative and family management, and provision of local services and products. The ecolodge is an opportunity-creating part of the world's tourism business, which is growing rapidly (Kwan et al., 2008). The ecolodges play a significant role in attracting tourists and developing tourism. Their success and desired performance will have a positive effect on the development of destination tourism and tourist satisfaction. The success of the business of ecolodges due to unique dimensions and features and the emphasis on sustainability requires attention to several underlying factors, and the success of the ecolodge business depends on the recognition and application of these factors by the owners and managers. Therefore, it is necessary to identify the factors affecting the success and sustainability of the ecolodge business to develop and operate optimum solutions and actions for the success of the ecolodge business. The case study is the ecolodges in southeastern counties of Isfahan province, including Isfahan, Jarqouye, Varzaneh, and Kuhpayeh. The study area is one of the most important tourist destinations with a high potential to attract tourists. Also, the area has a high number of ecolodges and ecolodges are one of the important businesses in the study area. The study aims to investigate factors and indicators affecting the success of the ecolodge business in southeastern counties of Isfahan province, including Isfahan, Jarqouye, Varzaneh, and Kuhpayeh.

Methodology

The research method is a descriptive-analytical type carried out by a survey method. The study area is Isfahan county, which has many of ecolodges and is one of the essential tourism businesses in this county. The statistical population of this study consisted of the owners, managers, and senior staff of the ecolodges in the study area.

* . Corresponding Author (Email: n.vazin@geo.ui.ac.ir)

Copyright © 2023 Journal of Geography. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution- noncommercial 4.0 International License which permits copy and redistribute the material just in noncommercial usages provided the original work is properly cited.

Due to the limited number of ecolodges in Isfahan county, a census method was used, and the opinions of all 75 managers and senior staff of 34 ecolodges were examined. A researcher-designed questionnaire was used for data collection. First, with the literature review, the indicators affecting the success of the business of ecolodges were identified and categorized into three dimensions: 'external facilitators', 'management and planning innovations', and 'operational sustainability practices'. Questionnaire items were measured using a five-point Likert scale from completely disagree (1) to completely agree (5). After applying experts' opinions, the final questionnaire was developed and used for data collection. Before the final field data collection process, a pilot study was conducted on 15 people from the sample population (20% of the total sample). Cronbach's alpha was used to estimate the reliability of the questionnaire. The value of Cronbach's alpha for all variables of external facilitators (0.786), management and planning innovations (0.836), operational sustainability practices (0.792,) and the success of the business of ecolodges (0.747) were higher than the recommended threshold of 0.7. For data analysis, SPSS and descriptive (percentage, and mean), and inferential statistical methods (regression, one-sample t-test, ANOVA, and Duncan) were used.

Results and Discussion

Linear regression model and Enter method were used to predict changes in the dependent variable based on three independent variables. The value of the correlation coefficient (R) is equal to 0.796, which indicates a strong correlation between the set of independent variables and the dependent variable. Also, the value of the adjusted R square coefficient is equal to 0.615, which indicates that 61.5% of the changes in the success of the ecolodge business in the study area are subject to the changes in external facilitators, management and planning innovations and operational sustainability practices. The variable 'operational sustainability practices' has the most significant impact on the success of the ecolodge business of Isfahan county. The beta value is 0.355, which is statistically significant at an error level of less than 0.01 (Sig=0.000). Using the path analysis model, the indirect effects of the variables on the success of the ecolodge business were measured. Variables of 'external facilitators' and 'management and planning innovations' have an indirect effect on the success of the ecolodge business. 'External facilitators' from two indirect paths and 'management and planning innovations' from an indirect path have affected the success of the ecolodge business. To evaluate the factors affecting the success of the ecolodge business, the one-sample t-test was used. As shown in Table 7, all factors affect the success of the ecolodge business, so the average of all factors is higher than the test value (3). The value of the t-test statistic is also significant at alpha level of 0.05 (Sig=0.000) for all factors. Therefore, at the confidence level of 95%, it can be accepted that all the investigated factors are influential in the success of the ecolodge business. Also, the factor of 'financial support (M=4.60)' is the most important factor. Next, the factors of 'human resources (M= 4.49), and 'knowledge of the state of the tourism and business market (M= 4.44)', have been the most important factors affecting the success of the ecolodge business.

Conclusion

The findings indicate that all three variables of 'external facilitators', 'management and planning innovations', and 'operational sustainability practices' have a significantly positive influence on the success of the ecolodge business. Variable of 'operational sustainability practices' has the most significant effect on the success of the ecolodge business. For optimum performance, ecolodges should focus on indicators that improve

the level of sustainability, such as the optimum use of resources, and reducing waste production, so that they can attract tourists. The findings show that the variable of 'external facilitators' has the greatest effect directly and indirectly through the two variables of 'management and planning innovations' and 'operational sustainability practices' in the success of the ecolodge business. External facilitators, including financial and non-financial support, laws and regulations, training and local infrastructure can be effective in increasing the success of the ecolodge business by influencing the better implementation of the sustainability practices, and adopting effective measures in planning for the ecolodge. In general, the results show that the success of the ecolodge business depends on the optimum performance of all three sectors. At the macro level, planners and officials in the field of ecolodges should provide facilities necessary for the success of owners. Also, the managers and owners should implement all business principles of ecolodges to attract and satisfy more tourists. For the management and planning, they should know all the principles and criteria necessary for the desired performance and use all the capacities available outside the organization for better performance.

Keywords: Ecolodge, success of business, External facilitators, management and planning innovations, operational sustainability practices.

تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی (مطالعه موردی: شهرستان‌های جنوب شرقی استان اصفهان)*

نرگس وزین^۱ - استادیار رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.
حجت‌الله یزدان پناه - دانشیار اقلیم‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
ملیحه سعیدی - دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه اصفهان، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۰۶

چکیده

اقامتگاه‌های بومگردی به عنوان یکی از تأسیسات مهم گردشگری، بخشی فرصت آفرین در کسب و کار گردشگری است که نقش به‌سزایی در رونق گردشگری مقصد دارد. استان اصفهان به عنوان یکی از مقاصد مهم گردشگری کشور دارای بیشترین تعداد اقامتگاه بومگردی کشور می‌باشد و عملکرد مطلوب آن‌ها بر موفقیت گردشگری استان اثرگذار است. هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل و شاخص‌های مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه‌های بومگردی در شهرستان‌های جنوب شرقی استان اصفهان شامل اصفهان، جرقویه، ورزنه و کوهپایه است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی است و به شیوه پیمایشی انجام شده است. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. جامعه آماری پژوهش، مدیران و کارکنان ارشد اقامتگاه‌های بومگردی منطقه مورد مطالعه هستند که با استفاده از روش تمام شماری نظر ۷۵ نفر مدیران و کارکنان ارشد ۳۴ اقامتگاه بررسی شد. برای روایی پرسشنامه از روش صوری و برای پایایی پرسشنامه از ضریب کرونباخ استفاده شد که تأیید شد. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های رگرسیون، تی تک نمونه‌ای، آنووا و فریدمن استفاده شد. نتایج نشان داد «عناصر تسهیل‌گر بیرونی»، «نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی اقامتگاه»، و «فعالیت‌های عملیاتی پایداری» بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی منطقه مورد مطالعه اثرگذار بودند، و عناصر تسهیل‌گر بیرونی بیشترین تأثیر مستقیم و غیرمستقیم را داشته است. نتایج به تفکیک عامل‌ها نیز حاکی از تفاوت اثرگذاری عوامل بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی در منطقه مورد مطالعه است و سه عامل حمایت مالی (۴/۶۰)، مهارت نیروی انسانی (۴/۴۹) و شناخت وضعیت بازار گردشگری و کسب و کار (۴/۴۴) بیشترین اثرگذاری را از دیدگاه پاسخگویان داشتند.

واژگان کلیدی: اقامتگاه بومگردی، موفقیت کسب و کار، عناصر تسهیل‌گر بیرونی، نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی اقامتگاه، فعالیت‌های عملیاتی پایداری.

* مقاله مستخرج از پایان نامه خانم ملیحه سعیدی به راهنمایی نویسنده اول و دوم در دانشگاه اصفهان است.

مقدمه

صنعت گردشگری از مهم‌ترین بخش‌ها و از عوامل اصلی سهم در رونق اقتصادی بسیاری از کشورها است (Jaaffer et al., 2011:827). امروزه بسیاری از کشورها بخصوص در حال توسعه، به اهمیت گردشگری به عنوان عامل توسعه اقتصادی پی بردند (Yang and Filk, 2014; 144؛ سرور و همکاران، ۱۳۹۶: ۲)؛ و در حال حاضر یکی از مهم‌ترین منابع درآمد، اشتغال و توسعه زیرساخت‌های اجتماعی و فرهنگی به‌شمار می‌آید که به صورت فراگیر و جهانی در آمده و تمامی جنبه‌های زندگی افراد را تحت تاثیر قرار داده است (Christou & Sharply, 2019: 39). با رشد صنعت گردشگری و افزایش تقاضا برای گونه‌های مختلف گردشگری، خدمات و محصولات آن نیز متنوع شده، و از همین رو کسب و کارهای مختلفی در صنعت گردشگری بوجود آمده است. میزان موفقیت این کسب و کارهای گردشگری در توسعه اقتصادی کشور و به‌طور خاص توسعه صنعت گردشگری و رضایت گردشگران بسیار اثرگذار است (یعقوبی، ۱۳۹۶: ۲).

یکی از خدمات گردشگری به خصوص در مناطق طبیعت گردی و روستاهای گردشگری، اقامتگاه بومگردی هستند. اقامتگاه‌های بومگردی کسب و کارهای کوچک مقیاس هستند که طراحی و معماری بومی، مدیریت مشارکتی و خانوادگی، و ارائه خدمات و محصولات بومی از اصول آن می‌باشد. اقامتگاه‌های بومگردی بخشی فرصت‌آفرین در کسب و کار گردشگری جهان است که به سرعت در حال رشد هستند (Kwan et al, 2008:698). در این راستا طبق گزارش مؤسسه مالی بین‌المللی (۲۰۰۴)، بازار اکوتوریسم و اقامتگاه بومگردی در دهه‌های آینده با نرخ سالانه ۱۰ درصد رشد خواهد کرد و می‌توان آن را به عنوان پویاترین بازارهای گردشگری در نظر گرفت. در کشور نیز در سال‌های اخیر توسعه اقامتگاه بومگردی به خصوص در مناطق روستایی با اهداف اشتغالزایی و ماندگاری بیشتر گردشگر در مناطق روستایی افزایش یافته است، به طوری که براساس آمار وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در سال ۱۳۹۶ تعداد اقامتگاه بومگردی ۴۰۰ واحد بوده و در سال ۱۳۹۶ تقریباً به ۲۰۰۰ واحد افزایش یافته است (باپیری و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۶۹). اقامتگاه‌های بومگردی زمینه‌ساز توسعه گردشگری محسوب می‌شوند و در جذب گردشگر نقش بسزایی دارند. میزان موفقیت و عملکرد مطلوب آن‌ها در توسعه گردشگری مقصد، رقابت پذیری مقصد و رضایت گردشگران اثر مثبت و سازنده‌ای خواهد داشت. لذا شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت و پایداری کسب و کار اقامتگاه بومگردی ضروری است تا با تمرکز بر آن راهکارها و اقدامات مطلوب برای موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی را توسعه و عملیاتی نمود. موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی بومگردی با توجه به ابعاد و ویژگی‌های منحصر به فرد آن و تأکید بر موضوع پایداری مستلزم توجه به عوامل زمینه ساز متعددی در درون و برون سازمان است، و موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی به میزان شناخت و کاربست همه این عوامل بستگی دارد. اقامتگاه بومگردی در بازار کسب و کار رقابتی در صورتی موفق خواهد بود که با پایبندی به اصول پایداری و ارائه خدمات مطلوب و ارزشمند، رضایتمندی گردشگران را کسب نماید. همچنین کسب و کار اقامتگاه بومگردی نظیر هر کسب و کار دیگری به مجموعه‌ای از عوامل در سطح سازمان نظیر منابع مالی، مهارت‌های مدیریتی، نیروی انسانی ماهر وابسته است. علاوه بر این برای عملکرد بهتر نقش عوامل تسهیل‌گر برون سازمانی شامل قوانین و سیاست‌های حمایتی بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی بسیار مهم است. لذا هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل مؤثر در هر سه سطح کلان، مدیریتی و اجرایی بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی است. به طور خاص هدف پژوهش بررسی تأثیر عناصر تسهیل‌گر بیرونی، نوآوری‌های مدیریتی و

برنامه‌ریزی اقامتگاه و فعالیت‌های عملیاتی پایداری اقامتگاه بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی، و همچنین ارتباط بین این عوامل با موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی می‌باشد. منطقه مورد مطالعه شهرستان‌های جنوب شرقی استان اصفهان شامل اصفهان، جرقویه، ورزنه و کوهپایه می‌باشد. این منطقه یکی از مقاصد مهم گردشگری کشور و استان می‌باشد و از ۵۶۰ اقامتگاه بومگردی استان، ۳۴ اقامتگاه بومگردی در این منطقه واقع شده است (اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان اصفهان، ۱۴۰۰)، و اقامتگاه بومگردی یکی از کسب و کارهای مهم گردشگری منطقه مورد مطالعه می‌باشد.

در خصوص موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی در سال‌های اخیر مطالعاتی انجام شده است. پژوهش‌های پیشین و دستاوردهای آنها در خصوص عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کارهای اقامتی به شرح زیر است. عیسی زاده (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت هتل‌ها در استان اردبیل پرداخت و به این نتیجه دست یافت که عوامل بازاریابی، شبکه‌سازی، دسترسی به سرمایه و قانونمندی مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر موفقیت هتل‌ها می‌باشد. وثوقی و شمسی ماریینی (۱۳۹۵) در مطالعه‌ای در خصوص عوامل مؤثر بر موفقیت اقامتگاه‌های سبز در اکوکمپ متین آباد دست یافت که استفاده از منابع تجدید پذیر، بازیافت، ارائه محصولات سبز، ارائه خدمات خاص و فعالیت‌های دوستدار محیط زیست از عوامل مؤثر بر موفقیت اکوکمپ گردشگری هستند. زرسیفی (۱۳۹۶) در پژوهشی در زمینه شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در بخش هتل‌داری شهر اصفهان دریافت که عامل دولت در بالاترین سطح و بعد از آن سازمان‌های اداری مالی - مالیاتی با قدرت نفوذ بالا نقش کلیدی در موفقیت کارآفرینی در بخش هتل‌داری دارند. یعقوبی (۱۳۹۶) در پژوهشی در مورد عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار کوچک در شهر یزد دریافت حمایت‌های مالی، نوآوری‌های مدیریتی، بازاریابی کارآفرینانه و حمایت‌های غیرمالی بر موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط اقامتگاه‌های بومی اثرگذار هستند. حسن زاده (۱۳۹۷) در پژوهشی در خصوص عوامل موفقیت طرح‌های خانه‌های گردشگری در استان اصفهان دریافت که استفاده از سیستم چرخه مصرف آب، بهره‌گیری از انرژی‌های تجدیدپذیر، مدیریت پسماند و بازیافت آن، و مشارکت محلی از عوامل مهم در تحقق موفقیت اقامتگاه بومگردی هستند. باپیری و همکاران (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای براساس روش فراترکیب و پژوهش‌های پیشین نه مضمون عوامل زمینه‌ای، جهان بینی، مدل دارایی‌ها، مدل عملیات، مدل مشارکت، مدل بازاریابی، مدل مالی، مدل اثرات و ارزش پیشنهادی را برای مدل کسب و کار پایدار اقامتگاه بومگردی مطرح کردند. روگوف^۱ و همکاران (۲۰۰۴) در مطالعه‌ای در خصوص عوامل موفقیت کسب و کارهای کوچک دست یافتند که ویژگی‌های فردی، مسائل مدیریتی، فعالیت‌های بازاریابی، مسائل مربوط به منابع انسانی، شرایط اقتصادی، ویژگی‌های تولید، رقابت، قوانین و آیین‌نامه‌ها، فناوری و عوامل محیطی بر موفقیت کسب و کارهای کوچک اثرگذار هستند. شارما و آپنجا^۲ (۲۰۰۵) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر عملکرد مالی هتل‌های کوچک در تانزانیا پرداختند و به این نتیجه دست یافتند که فقدان آموزش کارکنان، سرمایه‌گذاری کم در فن‌آوری و سیاست‌های ناکارآمد بخش دولتی از علل عدم موفقیت هتل‌های کوچک هستند. جعفر^۳ و همکاران (۲۰۱۱) در مطالعه‌ای در خصوص کارآفرینی در کشورهای در حال توسعه دریافتند که ویژگی مدیران شامل تخصص، دانش و مهارت مدیریت کسب‌وکار، و بکارگیری ابزار فن‌آوری اطلاعات نقش مهمی در موفقیت هتل‌های کوچک و متوسط داشته‌اند.

1. Rogoff
2. Sharma and Upneja
3. Jaafer

راکیچیویچ^۱ و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی در زمینه الگوی برای برنامه‌ریزی مؤثر کسب و کارهای کوچک دریافتند که دولت‌ها با انواع حمایت‌های مالی شامل تضمین خاص برای شروع کسب و کار، اعطای وام مستقیم به شرکت‌های کوچک و متوسط، و معافیت‌های مالیاتی، و حمایت‌های غیرمالی شامل مشاوره، نظارت بر کسب و کار، آموزش در زمینه‌های مختلف بازاریابی، حسابداری، مدیریت، تحقیق و توسعه به منظور افزایش دانش و صلاحیت مالکان، مدیران و کارکنان می‌توانند به موفقیت کسب و کارها کمک نمایند. ریگاتی^۲ (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای در زمینه توسعه کسب و کار اقامتگاه بومگردی پایدار دست یافت که پیروی از استانداردهای اقامتگاه بومگردی نظیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مشارکت جامعه محلی، حفاظت از محیط زیست، بهبود شرایط اجتماعی، اقتصادی و محیطی منطقه عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی هستند.

مطالعات انجام شده به دو بخش قابل تقسیم هستند. مطالعاتی که پایداری و موفقیت اقامتگاه بومگردی را براساس پایبندی به اهداف و استانداردهای تعریف شده برای اقامتگاه شامل مصرف منابع، مدیریت آلاینده، طراحی و معماری منطبق با شرایط بومی و محلی اندازه‌گیری کردند (نظیر حسن زاده، ۱۳۹۷؛ وثوقی و شمسی بارینی، ۱۳۹۵؛ ریگاتی، ۲۰۱۶)؛ و مطالعاتی که بر عوامل بیرونی و یا درون سازمانی مؤثر بر موفقیت کسب و کار شامل قوانین، حمایت مالی، آموزش، مهارت‌های مدیریتی تمرکز کرده و بر اساس آن موفقیت اقامتگاه بومگردی را ارزیابی کردند (نظیر شارما و آپنجا، ۲۰۰۵؛ یعقوبی، ۱۳۹۶؛ عیسی زاده، ۱۳۹۴). همچنین مطالعات انجام شده به بررسی همبستگی بین عوامل با موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی پرداخته‌اند و مدل علی در تبیین عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی ارائه نشده است. استفاده از چارچوب یکپارچه و شناسایی همه عوامل در سطوح کلان، سازمانی و اجرایی بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی و ارائه مدل علی برای تبیین عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی از نوآوری تحقیق است. یافته‌های این مطالعه برای برنامه‌ریزان و مسئولان گردشگری برای درک بهتر از عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی به منظور تدوین سیاست‌ها و استراتژی‌های عملی مفید خواهد بود. همچنین به صاحبان و مدیران اقامتگاه کمک می‌کند تا عملکرد بهتر در تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌های اقامتگاه بومگردی داشته باشند.

مبانی نظری

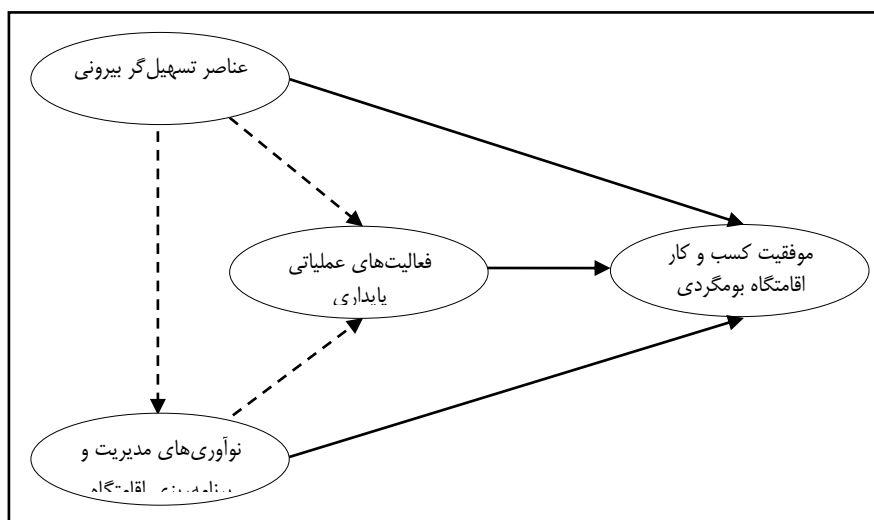
صنعت اقامتگاه بومگردی در دهه ۱۹۸۰ ظهور کرد و در دهه‌های بعدی به سرعت رشد یافت (Sanders & Halpenny, 2001: 11). اقامتگاه بومگردی، یک نوع اقامتگاه منحصر به فرد در بازار گردشگری هستند که سعی دارند فلسفه و اصول اکوتوریسم را برآورده کنند (Hawkins et al., 1995: X; Mafi et al., 2019: 305). اقامتگاه‌های بومگردی کسب و کارهای کوچک مقیاس هستند که عمدتاً در محیط‌های طبیعی دور افتاده ساخته می‌شوند، با امکانات محلی طراحی می‌شوند. همچنین ارائه غذاهای محلی، ایجاد تجربیات خاص برای گردشگران و تعامل با طبیعت مورد تأکید می‌باشد (Russell et al., 1995: 5; Kwan et al., 2008:699). منطبق با معماری بومی و سیمای طبیعی منطقه ساخته می‌شوند و ممکن است خانه‌های قدیمی باشند که پس از مرمت تبدیل به اقامتگاه شده‌اند (حسام، ۱۳۹۸: ۵۵۱). ساخت، طراحی و اجرای اقامتگاه باید سازگار با محیط زیست باشد (Jenkins & Pigram, 2003: 24). بر حفاظت از محیط طبیعی و فرهنگی منطقه، استفاده از معماری و مصالح بومی، مدیریت

خانوادگی و مشارکت جامعه محلی تأکید دارد (شفیعی و ربانی، ۱۳۹۷: ۱۸۱). برخلاف هتل‌ها که ویژگی یکسانی دارند، دارای ویژگی خاص محیطی منطقه هستند، و به شیوه‌ای که برای گردشگران مطلوب باشد اداره می‌شوند. همچنین سعی بر آن است تا گردشگران با محیط طبیعی و سبک زندگی سنتی منطقه آشنا شده و با غذاهای محلی پذیرایی شوند (دیودار، ۱۳۹۶: ۵۵).

اقامتگاه بومگردی باید دارای اصول زیر باشد: به حداقل رساندن اثرات منفی بر محیط زیست و جامعه محلی؛ شناخت و آگاهی از اکولوژی منطقه، سنت‌های محلی و فرهنگی منطقه، و میزان تعامل و تأثیر گردشگران بر این سیستم‌ها؛ حفاظت از حیات وحش و ذخایر محیط زیست؛ مشارکت مردم محلی در توسعه اقامتگاه بومگردی؛ به اشتراک گذاشتن منافع اقتصادی با مردم محلی، برای مثال ماهی‌گیری، کشاورزی، و برگزاری نمایش‌های سنتی؛ ایجاد فرصت‌هایی برای گردشگران و مردم محلی تا در مورد شیوه‌های اکوتوریسم بیاموزند و ایجاد اشتغال برای افراد محلی متخصص در فعالیت‌های طبیعت‌گردی، فرهنگی و سایر فعالیت‌های اکوتوریستی (Wallace & Pierce, 1996: 848). در مجموع مهمترین اصول اقامتگاه‌های بومگردی عبارتند از: طراحی و معماری بومی و سازگار با محیط، مدیریت مشارکتی، مسئولیت‌پذیری زیست محیطی و ارائه خدمات و محصولات بومی. معماری اقامتگاه باید در جهت انعکاس معماری محلی باشد، لذا مصالح مورد استفاده در ساخت اقامتگاه‌ها باید بومی محلی باشد، برای تزئینات نیز از وسایل و صنایع دستی محلی استفاده کرد (شفیعی و ربانی، ۱۳۹۷: ۱۹۰). همچنین توسعه فعالیت‌های گردشگری تا میزان زیادی به مسئولیت‌پذیری زیست محیطی و اجتماعی مدیران بستگی دارد (Horváth & Jónás-Berki, 2018: 55). از دیگر ویژگی اقامتگاه بومگردی این است که موجب توانمندسازی جامعه محلی شده و بیشترین مزایای اقتصادی را برای جامعه میزبان به همراه داشته باشد (Conesa et al., 2016: 2375)، لذا مشارکت جامعه محلی برای توانمندسازی جامعه محلی باید مورد توجه قرار گیرد (غنیان و هاشمی نژاد، ۱۳۹۵: ۶۲). همچنین اقامتگاه‌های بومگردی جزء کسب و کار پایدار و سبز می‌باشد و رعایت اصول پایداری از جمله مدیریت مصرف منابع، مدیریت زباله‌ها و پسماندها، کاهش آلاینده‌ها، خرید محصولات سبز بسیار مهم است و صاحبان اقامتگاه‌های بومگردی به عنوان متولیان اصلی لازم است تعهدات زیست محیطی در برابر محیط پیرامون را رعایت کنند (Kasim, 2006: 5; Jackson, 2010:212). از دیگر اصول اقامتگاه بومگردی ارائه خدمات و محصولات بومی نظیر ارائه غذا و نوشیدنی‌های بومی و محلی در اقامتگاه، ارائه و فروش محصولات بومی نظیر صنایع دستی، ایجاد تجربه‌های جدید نظیر اجرای تور طبیعت‌گردی، برگزاری رویدادها و اجرای مراسم و موسیقی محلی می‌باشد (Chan & Baum, 2007: 352).

موفقیت به‌طور کلی مربوط به دستیابی به اهداف و مقاصد می‌باشد. کسب و کار اقامتگاه‌های بومگردی نیز مانند هر کسب و کار دیگری برای موفقیت باید دارای مؤلفه‌ها و شاخص‌های خاصی باشند، تا بتواند به بازار هدف پاسخ مناسب دهد و یا خود را با آن وفق دهند (Lambert, 2008:278). موفقیت کسب و کارهای اقامتی تحت تأثیر عوامل مختلفی می‌باشد که آن را تسریع می‌کند یا مانع آن می‌گردد. مروری بر مطالعات پیشین نشان می‌دهد عوامل مختلفی بر موفقیت کسب و کارها اقامتگاه بومگردی مؤثرند که برخی از عوامل درون سازمانی و برخی عوامل بیرونی هستند. برای موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی نقش عوامل برون سازمانی حائز اهمیت است. نهادهای دولتی با توجه به نوع سیاست‌ها، نظارت‌ها و قوانینی که برای کسب و کارها وضع می‌کند و همچنین انواع حمایت‌های مالی و غیر مالی می‌تواند به موفقیت کسب و کارها کمک کند. علاوه بر این موفقیت کسب و کارها به مجموعه‌ای از عوامل درون سازمانی نیز وابسته می‌باشد. وجود سرمایه و منابع مالی یکی از عواملی است که هر کسب و کاری برای رسیدن به اهداف خود به آن

نیازمند است و بدون آن نه می‌توان کسب و کاری را آغاز و نه موفق شد. نیروی انسانی متخصص و مهارت‌های مدیریتی نظیر دانش و تجربه کافی در حیطه کسب و کار، توانایی در کنترل و مدیریت کسب و کار نیز عواملی هستند که می‌تواند بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی مؤثر باشند. افزون بر این همان‌طور که قبلاً نیز اشاره شد اقامتگاه بومگردی، اقامتگاهی با ویژگی‌های بومی و محلی است و مکانی برای ارائه خدمات اقامت و پذیرایی به گردشگران دوستدار محیط زیست و سبک زندگی بومی می‌باشد. لذا ساختار طراحی و معماری اقامتگاه باید سازگار با شرایط محیطی و فرهنگی منطقه باشد، خدمات و محصولات که در اقامتگاه به گردشگران عرضه می‌شود بومی و محلی باشد و مشارکت و توانمندسازی جامعه محلی مورد توجه باشد. بر این اساس برای پایداری و موفقیت کسب و کارهای اقامتگاه‌های بومگردی باید نگاه سیستمی و یکپارچه به کسب و کار اقامتگاه بومگردی داشت و تمام عوامل اثرگذار بر موفقیت و پایداری اقامتگاه بومگردی در همه سطوح کلان، مدیریتی و اجرایی در نظر گرفته شود. چراکه موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی به همه این عوامل وابسته بوده و ضعف در هر یک از عوامل بر موفقیت و عدم موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی اثرگذار است. با توجه به بررسی مطالعات انجام شده، عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی را می‌توان به سه دسته تقسیم‌بندی نمود: عوامل تسهیل‌گر بیرونی شامل قوانین و مقررات، حمایت‌های مالی و غیرمالی و آموزش؛ نوآوری‌های برنامه‌ریزی و مدیریتی در سطح اقامتگاه بومگردی شامل مهارت‌های مدیریتی، سیاست‌های رقابتی، بازاریابی، منابع انسانی؛ و فعالیت‌های عملیاتی پایداری شامل نوع خدمات و محصولات، عملکرد در خصوص حفاظت از محیط زیست و فرهنگ منطقه، مشارکت جامعه محلی. همچنین به نظر می‌رسد فعالیت‌های عملیاتی اقامتگاه بومگردی می‌تواند تحت تأثیر عوامل بالادستی شامل عناصر تسهیل‌کننده بیرونی و نوآوری‌های مدیریتی قرار گیرند. به عبارت دیگر فعالیت‌هایی که در سطح کلان برای حمایت از کسب و کار اقامتگاه بومگردی انجام می‌شود و همچنین اقداماتی که در سطح سازمانی انجام می‌شود، به عملکرد مطلوب کسب و کار اقامتگاه بومگردی در ارائه خدمات و رضایتمندی گردشگران می‌تواند منجر شود. عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی و ارتباط بین متغیرهای تحقیق با متغیر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی به صورت (شکل ۱) می‌باشد.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق
منبع: (ترسیم نگارندگان)

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت از نوع توصیفی-تحلیلی است و به صورت پیمایشی و با روش کمی انجام شده است. محدوده مکانی پژوهش شهرستان‌های جنوب شرقی استان اصفهان شامل چهار شهرستان اصفهان، ورزنده، جرقویه و کوهپایه است. جامعه‌ی آماری تحقیق، مالکان، مدیران و کارکنان ارشد اقامتگاه‌های بومگردی منطقه مورد مطالعه هستند که مدیریت و اداره اقامتگاه‌ها را در دست دارند. به علت تعداد محدود و قابل بررسی بودن اقامتگاه‌های بومگردی در منطقه مورد مطالعه شیوه تمام شماری به کار گرفته شد و نظر تمامی ۷۵ نفر مدیران و کارکنان ارشد ۳۴ اقامتگاه دارای پروانه بهره برداری به صورت هدفمند بررسی شد. تعداد نمونه‌های تحقیق به تفکیک اقامتگاه در (جدول ۱) آمده است.

جدول ۱. تعداد حجم نمونه تحقیق به تفکیک اقامتگاه

شهرستان	اقامتگاه	تعداد نمونه	شهرستان	اقامتگاه	تعداد نمونه	
اصفهان	شیخ لطف‌الله	۲	اصفهان	سرای سفیر	۲	
	ماه بی بی	۳		فرنگیس	۲	
	کوچه باغ	۵		هورشید	۳	
	عمارت بنان	۳		نگار	۲	
	کوپاها	۲		گاره دژ	۳	
	اصفهان	سها و طاها	۳	ورزنده	چاپاگر	۲
		سرو	۳		ورزنده	۳
		عمارت راد	۲		حافظ	۲
		نخلستان	۳		خانه مروی	۲
		اشکانی	۲		گرکویه	۳
اصفهان		آدینه	۱	جرقویه	خلیفه سلطانی	۱
		خلوت سرا	۱		آلمن	۱
		تاک	۱		اورچین	۲
		حوضک	۳		دشت شب	۲
		سه کنجی	۲		آئینه خانه	۱
	اصفهان	نارگل	۲	کوهپایه	بنی طبا	۳
		قجری	۱		خالو عباس	۲

منبع: (یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. ابتدا با مروری بر ادبیات تحقیق، شاخص‌های اثرگذار بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی شناسایی شدند و در سه بعد «عناصر تسهیل‌گر بیرونی»، «نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی اقامتگاه» و «فعالیت‌های عملیاتی پایداری» دسته‌بندی شدند و بر اساس آن پرسشنامه تحقیق تدوین شد. پرسشنامه در دو بخش شامل سوالات عمومی و سوالات تخصصی است. قسمت سوالات عمومی مجموعه‌ای از سوالات بسته در خصوص ویژگی‌های جمعیتی جامعه نمونه شامل جنس، سن، تحصیلات، مدت زمان فعالیت اقامتگاه است. متغیر وابسته موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی با سؤال‌های حضور متداوم در بازار کسب و کار، سودآوری، رضایتمندی گردشگران، تصویر مثبت از اقامتگاه، تعداد فرصت‌های شغلی، رضایتمندی جامعه محلی، حفاظت از محیط زیست و کاهش اثرات منفی، و حفاظت از ارزش‌های فرهنگی جامعه محلی اندازه‌گیری شد. گویه‌های پرسشنامه با استفاده از مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) اندازه‌گیری شدند. برای سنجش روایی پرسشنامه از ۱۰ نفر از اساتید و پژوهشگران متخصص در زمینه گردشگری نظر خواهی شد. پس از اعمال نظرات

متخصصان، پرسشنامه نهایی تدوین و برای گردآوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت. قبل از جمع‌آوری اطلاعات، برای اطمینان از سؤالات، پرسشنامه اولیه بین ۱۵ نفر از جامعه آماری (۲۰ درصد از حجم نمونه) توزیع و تکمیل شد. برای سنجش پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد؛ مقدار ضریب آلفا برای عناصر تسهیل‌گر بیرونی ۰/۷۸۶، نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی اقامتگاه ۰/۸۳۶، فعالیت‌های عملیاتی پایداری ۰/۷۹۲، و موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی ۰/۷۴۷ بدست آمد. ضرایب آلفا در همه عوامل بالاتر از حد تعریف شده (۰/۷) است و نشان می‌دهد اجزای درونی سازه‌ها دارای همبستگی قابل قبولی با یکدیگر هستند و پرسشنامه طراحی شده دارای پایایی قابل قبول است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های آماری توصیفی شامل درصد، و میانگین، و استنباطی شامل آزمون‌های پارامتری رگرسیون خطی، تی تک نمونه‌ای، تحلیل واریانس (آنووا) و دانکن به دلیل نرمال بودن داده‌ها استفاده شده است.

محدوده مورد مطالعه

منطقه مورد مطالعه چهار شهرستان اصفهان، جرقویه، ورزنه و کوهپایه است که در جنوب شرقی استان اصفهان واقع شده‌اند. منطقه مورد مطالعه از قسمت شمالی و شرقی به کویر محدود می‌شود و در قسمت غربی و جنوبی به رشته کوه‌های زاگرس منتهی می‌شود (سالنامه آماری استان اصفهان، ۱۳۹۵). همچنین از مراکز گردشگری کشور و استان اصفهان محسوب می‌شود که دارای جاذبه‌های گردشگری زیاد از جمله جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی شامل: میدان، خانه، کاخ و عمارت، بازار، امامزاده، حمام، پل، مدارس، مساجد، مناره، کاروانسرا، آتشکده، باغ، موزه، کلیسا، آب انبار و همچنین جاذبه‌های طبیعی شامل مناطق حفاظت، آبشار، چشمه و غار می‌باشد. همچنین این استان جاذبه‌های گردشگری دیگری مانند آداب و رسوم، مشاهیر، صنایع دستی و سوغات را دارا می‌باشد (اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان اصفهان، ۱۴۰۰). با توجه به آمار اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان اصفهان، ۳۴ اقامتگاه بومگردی دارای پروانه بهره‌برداری و در حال فعالیت در شهرستان‌های مورد مطالعه وجود دارد. اکثر اقامتگاه‌ها در محله‌های تاریخی شهر و در روستاهایی با جاذبه‌های گردشگری طبیعی و تاریخی نظیر مکان‌های تاریخی، حمام، و مسجد واقع شده‌اند. همچنین اکثر اقامتگاه‌ها نظیر آئینه خانه، خالو عباس، گرکویه، ارچین، عمارت خلیف، هورشید، آلمن، چاپاگر خانه‌های قدیمی بازسازی شده‌اند و دارای بافت و معماری تاریخی و قدیمی می‌باشند. صاحبان بسیاری از اقامتگاه‌ها از افراد بومی منطقه هستند. از خدمات و امکانات ارتباطی، رفاهی و عمومی برخوردار هستند و فعالیت‌هایی نظیر گشت و گذار در محیط پیرامون، برگزاری مراسم‌های بومی محلی نظیر موسیقی محلی از سوی اقامتگاه‌ها ارائه می‌شود.

بحث و یافته‌ها

ویژگی جامعه آماری تحقیق

ویژگی‌های جمعیت شناختی حجم نمونه در جدول ۲ آمده است. در پژوهش حاضر، از مجموع ۷۵ نفر حجم نمونه، ۵۵/۶ درصد مدیران و صاحبان اقامتگاه و ۴۴/۴ درصد کارکنان ارشد اقامتگاه‌های بومگردی بودند. از نظر جنسیت، ۵۴/۷ درصد از پاسخ دهندگان زنان و ۴۵/۳ درصد مردان بوده‌اند. پاسخگویان به لحاظ سنی در چهار گروه بررسی شدند که بیشترین درصد حجم نمونه در گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال قرار دارند. از نظر سطح تحصیلات، ۳۶/۵ درصد دارای مدرک کارشناسی

ارشد و دکتری، ۴۷/۶ درصد دارای مدرک کارشناسی و فقط ۷/۹ درصد دارای مدرک دیپلم و پایین تر بوده‌اند. همچنین از نظر مدت زمان فعالیت در اقامتگاه، بیشتر پاسخگویان در مدت کمتر از ۵ سال مشغول فعالیت در اقامتگاه هستند.

جدول ۲. ویژگی‌های آماری جامعه نمونه تحقیق (تعداد نمونه ۷۵ نفر)

درصد	مؤلفه	
۵۵/۶	مالک/مدیر	سمت در اقامتگاه
۴۴/۴	کارکنان ارشد	
۴۵/۳	مرد	جنسیت
۵۴/۷	زن	
۱۹/۷	۲۰-۳۰	سن
۴۹/۳	۳۱-۴۰	
۲۱/۱	۴۱-۵۰	
۹/۹	۵۱ به بالا	
۷/۹	دیپلم	تحصیلات
۸	کاردانی	
۴۷/۶	کارشناسی	
۲۸/۶	کارشناسی ارشد	
۷/۹	دکتری	مدت زمان فعالیت در اقامتگاه
۴۵/۸	کمتر از ۳ سال	
۳۶/۱	۳ تا ۵ سال	
۱۳/۹	۵ تا ۱۰ سال	
۴/۲	بیشتر از ۱۰ سال	

منبع: (یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

ارزیابی تأثیر ابعاد بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی

برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شده است. میزان معناداری حاصل از آزمون برای شاخص‌های بعد عناصر تسهیل‌گرهای بیرونی ۰/۴۸۶، نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی اقامتگاه ۰/۸۲۳، فعالیت‌های عملیاتی پایداری ۰/۸۳۰، و برای متغیر وابسته موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی ۰/۲۶۷ بدست آمد. با توجه به سطح معناداری به دست آمده که بزرگتر از آلفا ۰/۰۵ است، می‌توان گفت که توزیع داده‌ها نرمال است، و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های پارامتریک استفاده می‌شود. برای پیش بینی تغییرات متغیر وابسته (موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی) بر اساس سه متغیر مستقل از مدل رگرسیون خطی و روش اینتر استفاده شد. نتایج همبستگی کل نشان می‌دهد مقدار ضریب همبستگی برابر با ۰/۷۹۶ است که نشان می‌دهد بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته همبستگی قوی وجود دارد. همچنین مقدار ضریب تعیین تعدیل شده نیز برابر با ۰/۶۱۵ است و بیانگر آن است که ۶۱/۵ درصد از تغییرات میزان موفقیت کسب و کار اقامتگاه‌های بومگردی در منطقه مورد مطالعه تابع تغییرات متغیرهای عناصر تسهیل‌گر بیرونی، نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی اقامتگاه و فعالیت‌های عملیاتی پایدار در اقامتگاه است (جدول ۳).

جدول ۳. ضریب تعیین رگرسیون متغیرهای مستقل بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی

مدل	ضریب همبستگی (r)	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار
مدل اینتر	۰/۷۹۶	۰/۶۳۴	۰/۶۱۵	۰/۳۲۵

منبع: (یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

برای بررسی اثرات متغیرهای تحقیق بر متغیر مستقل، از تحلیل واریانس رگرسیون استفاده شد. بر اساس آماره آزمون F (۴۰/۳۵۴) و سطح معناداری که کمتر از ۰/۰۵ است ($Sig=0/000$)، با سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان پذیرفت که اثر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته معنادار است و مجموعه متغیرهای مستقل قادر به تبیین و پیش بینی تغییرات متغیر وابسته هستند (جدول ۴).

جدول ۴. تحلیل رگرسیون تعیین اثر متغیرهای مستقل بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معناداری
اثر رگرسیونی	۱۲/۷۷۹	۳	۴/۲۶۰		
باقیمانده	۷/۴۹۴	۷۱	۰/۱۰۶	۴۰/۳۵۴	۰/۰۰۰
کل	۲۰/۲۷۳	۷۴			

منبع: (یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

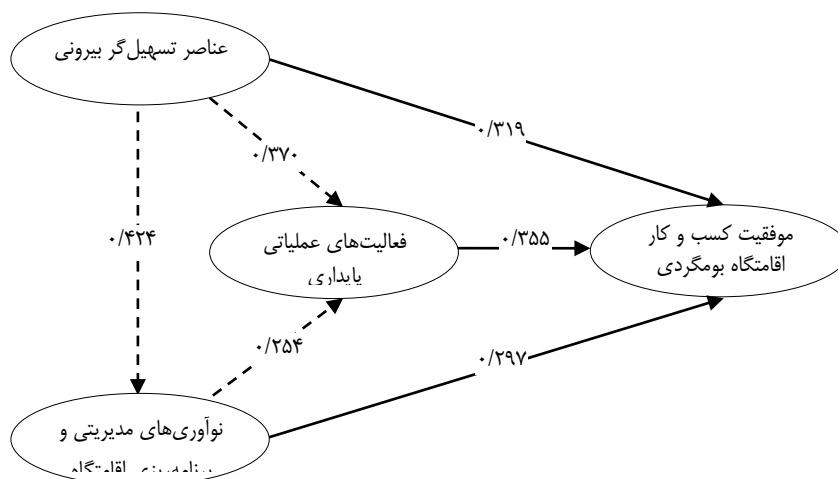
نتایج تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته در جدول ۵ آمده است. همانطور که جدول نشان می‌دهد متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته اثرگذار بوده و از نظر آماری نیز معنادار می‌باشد. متغیر «فعالیت‌های عملیاتی پایداری در اقامتگاه» بیشترین تأثیر را بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی منطقه مورد مطالعه دارد، مقدار بتای آن ۰/۳۵۵ محاسبه شده است و از لحاظ آماری در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ ($Sig=0/000$) معنادار است و این بدین معناست که با افزایش یک واحد در بعد فعالیت‌های عملیاتی پایداری در اقامتگاه به میزان ۰/۳۵۵ واحد به سطح موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی افزوده می‌شود. در مرتبه بعد، متغیر «عناصر تسهیل‌گر بیرونی» بیشترین تأثیر را بر متغیر مستقل دارد و مقدار بتای آن ۰/۳۱۹ است و اثرگذاری آن نیز معنادار است ($Sig=0/000$). برای متغیر «نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی اقامتگاه»، مقدار بتا (۰/۲۹۷) در سطح خطای کمتر از ۰/۰۰۱ معنادار است ($Sig=0/000$)، که بیانگر اثرگذاری آن بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی منطقه مورد مطالعه است؛ یعنی با افزایش یک انحراف استاندارد در متغیر نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی اقامتگاه، میزان موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی به تعداد ۰/۲۹۷ انحراف استاندارد افزایش می‌یابد.

جدول ۵. ضرایب تأثیر متغیرهای مستقل بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی

متغیر مستقل	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد شده		سطح معناداری
	B	خطای B	بتا	آماره t	
عرض از مبدأ	-۰/۹۶۰	۰/۷۷۷	-	-۱/۲۳۶	۰/۲۲۰
عناصر تسهیل‌گر بیرونی	۰/۲۹۴	۰/۰۹۲	۰/۳۱۹	۳/۴۸۱	۰/۰۰۰
نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی اقامتگاه	۰/۴۰۶	۰/۱۲۰	۰/۲۹۷	۳/۳۵۰	۰/۰۰۱
فعالیت‌های عملیاتی پایداری	۰/۴۵۶	۰/۱۱۸	۰/۳۵۵	۳/۸۷۷	۰/۰۰۰

منبع: (یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

همچنین، برای ارزیابی دقیق‌تر، با استفاده مدل تحلیل مسیر، اثرات غیرمستقیم متغیرها بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی سنجیده شد. مدل روابط و اثرگذاری ابعاد بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی با مقدار بتای بدست آمده از رگرسیون در (شکل ۳) آمده است. طبق شکل هر دو متغیر «عناصر تسهیل‌گر بیرونی» و «نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی اقامتگاه» بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی اثرگذاری غیرمستقیم دارند. بعد عناصر تسهیل‌گر بیرونی از دو مسیر غیر مستقیم و بعد نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی اقامتگاه از یک مسیر غیر مستقیم بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی تأثیر داشته است.



شکل ۳. اثرگذاری متغیرهای مستقل بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی
منبع: (یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

تأثیرات متغیرهای تحقیق بر موفقیت کسب و کار به شرح (جدول ۶) است. طبق جدول متغیر عناصر تسهیل‌گر بیرونی بیشترین تأثیرگذاری را بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی دارد، که به صورت مستقیم ۰/۳۱۹ و به صورت غیرمستقیم ۰/۲۹۶ درصد و در کل ۰/۶۱۵ درصد بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی اثرگذار است. متغیر نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی نیز ۰/۰۹ درصد اثرگذاری غیرمستقیم بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی داشته که با ۰/۲۹۷ درصد اثرگذاری مستقیم، در کل ۰/۳۸۷ درصد بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی اثرگذار بوده است.

جدول ۶. تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای تحقیق بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی

متغیر	تأثیر مستقیم	تأثیر غیرمستقیم	کل
فعالیت‌های عملیاتی یابداری	۰/۳۵۵	-	۰/۳۵۵
عناصر تسهیل‌گر بیرونی	۰/۳۱۹	۰/۲۹۶	۰/۶۱۵
نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی اقامتگاه	۰/۲۹۷	۰/۰۹۰	۰/۳۸۷

منبع: (یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

ارزیابی عوامل اثرگذار بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی

ارزیابی عوامل اثرگذار بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی، از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شد. همانطور که (جدول ۷) نشان می‌دهد همه عوامل بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی اثرگذار بوده‌اند، بطوریکه میانگین برای

همه عوامل بالاتر از حد مطلوب (۳) ارزیابی شده است و اختلاف میانگین برای همه عوامل مثبت بوده است. مقدار آماره آزمون t نیز در سطح آلفا ۰/۰۵ (Sig=۰/۰۰۰) برای همه عوامل معنادار می‌باشد. لذا با سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان پذیرفت که تمامی عوامل بررسی شده بر موفقیت اقامتگاه‌های بومگردی منطقه مورد مطالعه مؤثر می‌باشند. همچنین عامل حمایت مالی با میانگین ۴/۶۰ و اختلاف میانگین ۱/۶۰ از حد مطلوب مهمترین عامل اثرگذار از نظر پاسخگویان بوده است. در مرتبه بعدی عوامل نیروی انسانی با میانگین ۴/۴۹، شناخت وضعیت بازار گردشگری و کسب و کار با میانگین ۴/۴۴، و حفاظت از ارزش‌های فرهنگی جامعه محلی با میانگین ۴/۳۵ مهمترین عوامل اثرگذار بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی بوده‌اند. همچنین عوامل مهارت‌های مدیریتی با اختلاف میانگین ۰/۷۳، بازاریابی خلاقانه با اختلاف میانگین ۰/۷۵، و مشارکت جامعه محلی با اختلاف میانگین ۰/۸۰ از حد مطلوب کمترین تأثیر را بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی از دیدگاه پاسخگویان داشته‌اند.

جدول ۷. سنجش معناداری عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی با استفاده از آزمون t (حد مطلوب=۳)

بعد	عامل	میانگین	آماره t	سطح معناداری	اختلاف میانگین	مقدار فاصله از سطح اطمینان ۰/۰۹۵	
						حد پایین	حد بالا
	قوانین و مقررات	۴/۲۱	۱۸/۰۲۰	۰/۰۰۰	۱/۲۱۱	۱/۰۷۷	۱/۳۴۶
عناصر	حمایت مالی	۴/۶۰	۲۸/۷۱۷	۰/۰۰۰	۱/۵۹۵	۱/۴۸۴	۱/۷۰۶
	حمایت غیر مالی	۴/۱۶	۱۴/۵۰۹	۰/۰۰۰	۱/۱۵۹	۰/۹۹۹	۱/۳۱۸
تسهیل‌گر	آموزش	۳/۹۷	۱۴/۵۸۹	۰/۰۰۰	۰/۹۷۴	۰/۸۴۰	۱/۱۰۷
بیرونی	زیرساخت‌های محلی	۴/۳۵	۲۳/۱۰۶	۰/۰۰۰	۱/۳۴۹	۱/۲۳۲	۱/۴۶۶
	مهارت‌های مدیریتی	۳/۷۳	۱۳/۰۳۷	۰/۰۰۰	۰/۷۳۰	۰/۶۱۸	۰/۸۴۲
نوآوری‌های	مهارت نیروی انسانی	۴/۴۹	۳۶/۵۴۱	۰/۰۰۰	۰/۴۸۶	۱/۴۰۴	۱/۵۶۷
مدیریتی و	مدیریت مشارکتی اقامتگاه	۴/۰۰	۱۷/۶۹۹	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۸۸۷	۱/۱۱۳
برنامه‌ریزی	بازاریابی خلاقانه	۳/۷۵	۱۲/۵۱۰	۰/۰۰۰	۰/۷۵۴	۰/۶۳۴	۰/۸۷۵
اقامتگاه	سیاست‌های رقابتی	۳/۹۵	۱۲/۴۵۰	۰/۰۰۰	۰/۹۵۲	۰/۷۹۹	۱/۱۰۵
	شناخت وضعیت بازار گردشگری و کسب و کار	۴/۴۴	۲۴/۸۷۷	۰/۰۰۰	۰/۴۳۹	۱/۳۲۴	۱/۵۵۵
فعالیت‌های	محصولات و خدمات گردشگری خلاقانه و بوم محور	۴/۳۲	۲۳/۹۱۲	۰/۰۰۰	۱/۳۲۱	۱/۲۱۱	۱/۴۳۲
	طراحی و معماری بوم محور	۴/۱۹	۱۳/۳۹۸	۰/۰۰۰	۱/۱۹۰	۱/۰۱۳	۱/۳۶۸
عملیاتی	مشارکت جامعه محلی	۳/۸۰	۱۱/۳۲۰	۰/۰۰۰	۰/۸۰۴	۰/۶۶۲	۰/۹۴۶
پایداری	حفاظت از ارزش‌های فرهنگی جامعه محلی	۴/۳۵	۱۵/۴۶۳	۰/۰۰۰	۱/۳۵۴	۱/۱۷۹	۱/۵۳۰
اقامتگاه	مسئولیت‌پذیری زیست محیطی	۴/۳۰	۱۴/۹۹۱	۰/۰۰۰	۱/۳۰۵	۱/۱۳۱	۱/۴۷۹

منبع: (یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

برای بررسی تفاوت اهمیت و اثرگذاری عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی در منطقه مورد مطالعه از آزمون آنووا استفاده شده است. با توجه به مقدار آزمون فیشر که در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ معنادار است (Sig=۰/۰۰۰)، با اطمینان ۰/۹۹ درصد می‌توان گفت تفاوت معناداری به لحاظ آماری بین میانگین نمره عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی وجود دارد. به بیان دیگر میزان اثرگذاری عوامل مستقل بر متغیر وابسته موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی متفاوت می‌باشد (جدول ۸).

جدول ۹. بررسی معناداری تفاوت میان عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی

عامل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معناداری
میان گروهی	۶۷/۹۴۰	۱۵	۲/۲۶۴	۱۴/۸۴۸	۰/۰۰۰
درون گروهی	۳۰۱/۴۲۶	۱۰۵۴	۰,۲۸۶		
جمع	۳۳۶/۳۶۶	۱۰۷۰			

منبع: (یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

برای تعیین اختلاف میان عوامل و دسته بندی آنها از لحاظ اثر گذاری بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی از آزمون دانکن استفاده شد. همانطور که جدول ۹ نشان می‌دهد شانزده عامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی از لحاظ مشابهت یا تفاوت در میزان اثرگذاری به پنج گروه تقسیم شده است. سه عامل مهارت‌های مدیریتی، بازاریابی خلاقانه و مشارکت جامعه محلی در گروه همگن اول، سه عامل سیاست‌های رقابتی، آموزش، و مدیریت مشارکتی اقامتگاه در گروه همگن دوم، سه عامل حمایت غیر مالی، طراحی و سبک معماری بوم محور و قوانین و مقررات در گروه همگن سوم، عوامل مسئولیت‌پذیری زیست محیطی، محصولات و خدمات گردشگری خلاقانه و بوم محور، زیرساخت‌های محلی و حفاظت از ارزش‌های فرهنگی جامعه محلی در گروه همگن چهارم و سه عامل شناخت وضعیت بازار گردشگری و کسب و کار، مهارت نیروی انسانی و حمایت مالی در گروه همگن پنجم جای گرفته‌اند. شاخص‌ها به ترتیب از اثرگذاری کمتر تا اثرگذاری بیشتر در گروه اول تا گروه پنجم قرار گرفته‌اند و میزان اثرگذاری گروه پنجم بیشترین و گروه اول کمترین می‌باشد.

جدول ۹. دسته بندی پس آزمون دانکن عوامل اثرگذار بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه‌های بومگردی

عامل	زیر گروه‌ها در سطح ۰/۰۵				
	اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم
مهارت‌های مدیریتی	۳/۷۳				
بازاریابی خلاقانه	۳/۷۵				
مشارکت جامعه محلی	۳/۸۰				
سیاست‌های رقابتی		۹۵,۳			
آموزش		۹۷,۳			
مدیریت مشارکتی اقامتگاه		۴/۰۰			
حمایت غیر مالی			۴/۱۶		
طراحی و سبک معماری بوم محور			۴/۱۹		
قوانین و مقررات			۴/۲۱		
مسئولیت‌پذیری زیست محیطی				۴/۳۰	
محصولات و خدمات گردشگری خلاقانه و بوم محور				۴/۳۲	
زیرساخت‌های محلی				۴/۳۴	
حفاظت از ارزش‌های فرهنگی جامعه محلی				۴/۳۵	
شناخت وضعیت بازار گردشگری و کسب و کار				۴/۴۴	
مهارت نیروی انسانی				۴/۴۹	
حمایت مالی				۴/۶۰	
سطح معناداری	۰/۴۶۹	۰/۱۹۱	۰/۱۴۰	۰/۱۰۰	۰/۱۲۳

منبع: (یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

اولویت بندی شاخص‌های مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی

برای ارزیابی و اولویت بندی شاخص‌های مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی از آزمون فریدمن استفاده شده است. نتایج در خصوص شاخص‌های بعد عناصر تسهیل‌گر بیرونی در جدول ۱۰ آمده است. با توجه به مقدار کای اسکوتر و سطح معناداری در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ (Sig=۰/۰۰۰) می‌توان گفت بین اهمیت شاخص‌ها بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی از دیدگاه پاسخگویان تفاوت معناداری وجود دارد. از دیدگاه پاسخگویان شاخص‌های «تخصیص اعتبارات برای راه اندازی اقامتگاه» با میانگین رتبه ۸/۷۱، «کاهش مالیات یا ایجاد معافیت‌های مالیاتی» با میانگین رتبه ۸/۶۱، «تسهیل قوانین و روند اداری برای تأسیس و شروع فعالیت اقامتگاه» با میانگین رتبه ۸/۵۳، مهمترین شاخص‌های اثرگذار بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی بوده‌اند. همچنین شاخص‌های «نظارت بر فعالیت کسب و کار اقامتگاه» با میانگین رتبه ۴/۱۲ و «برنامه‌های آموزشی در خصوص توسعه کسب و کار اقامتگاه» با میانگین رتبه ۵/۳۱ کمترین رتبه را کسب کرده‌اند.

جدول ۱۰. نتایج رتبه بندی شاخص‌های بعد عناصر تسهیل‌گر بیرونی بر اساس آزمون فریدمن

رتبه	میانگین رتبه	شاخص	عامل
۳	۸/۵۳	تسهیل قوانین و روند اداری برای تأسیس و فعالیت اقامتگاه	قوانین و مقررات
۷	۷/۱۵	تدوین قوانین و مقررات حمایتی از کسب و کار اقامتگاه بومگردی	
۱۳	۴/۱۲	نظارت بر فعالیت کسب و کار اقامتگاه و جلوگیری از عدم رعایت قوانین	
۲	۸/۶۱	کاهش مالیات یا ایجاد معافیت‌های مالیاتی	حمایت مالی
۵	۷/۳۷	تخصیص وام‌های کم بهره و بلند مدت	
۱	۸/۷۱	تخصیص اعتبارات برای راه اندازی اقامتگاه	
۴	۸/۴۲	تخصیص اعتبارات پشتیبانی برای اقامتگاه (تعمیر و مرمت)	حمایت غیرمالی
۸	۶/۵۶	حمایت‌های زیرساختی نظیر تبلیغات برای توسعه بازار اقامتگاه	
۱۱	۶/۲۳	ظرفیت سازی برای مشارکت بخش خصوصی	
۱۲	۵/۳۱	برنامه‌های آموزشی در خصوص توسعه کسب و کار اقامتگاه	آموزش
۱۰	۶/۳۴	ارائه خدمات مشاوره از سوی نهادهای دولتی و غیردولتی فعال در حوزه گردشگری به مدیران اقامتگاه‌ها	
۶	۷/۲۰	وجود خدمات زیربنایی مناسب در منطقه نظیر مسیر دسترسی، حمل و نقل	زیرساخت‌های محلی
۹	۶/۴۴	دسترسی به خدمات و امکانات رفاهی- اجتماعی	

کای اسکوتر = ۱۴۸/۰۵۶
 درجه آزادی = ۱۲
 سطح معناداری = ۰/۰۰۰

منبع: (یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

برای بعد نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی اقامتگاه، ۲۳ شاخص مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به مقدار کای اسکوتر که در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱ معنادار است (Sig= ۰/۰۰۰)، با اطمینان ۰/۹۹ درصد می‌توان گفت تفاوت معناداری به لحاظ آماری بین میانگین نمره شاخص‌های مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی وجود دارد. از نظر مدیران و کارکنان ارشد اقامتگاه‌های بومگردی، شاخص‌های «داشتن دانش و تجربه کافی در زمینه اقامتگاه بومگردی و صنعت گردشگری» با میانگین رتبه ۱۷/۴۴ «پیش بینی تأثیر چالش‌ها بر گردشگری و یافتن راهکارهای مناسب» با میانگین رتبه ۱۴/۹۹، «میزان آموزش و تعلیم کارکنان اقامتگاه نسبت به مسائل اقامتگاه» با میانگین رتبه ۱۴/۸۷، «تأثیر مستقیم شرایط اقتصادی جامعه بر روی بازار گردشگری» با میانگین رتبه ۱۴/۷۰ و «تعامل مناسب کارکنان با گردشگران» با

میانگین رتبه ۱۳/۹۹ مهمترین شاخص‌های اثرگذار بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی بوده‌اند. همچنین شاخص‌های «آموزش و یادگیری استراتژی‌های بازاریابی بازار گردشگری» با میانگین رتبه ۷/۱۸ و «حفظ شرایط رقابتی بازار به جهت ارتقا رفاه گردشگران و بهبود عملکرد اقتصادی» با میانگین رتبه ۷/۴۰ کمترین رتبه را کسب کرده‌اند (جدول ۱۱).

جدول ۱۱. نتایج رتبه بندی شاخص‌های بعد نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی اقامتگاه بر اساس آزمون فریدمن

رتبه	میانگین رتبه	شاخص	عامل
۱۶	۹/۷۸	مهارت در استفاده صحیح از سرمایه و منابع مالی	
۱۸	۹/۰۲	تسلط بر مهارت‌های برنامه‌ریزی و بازاریابی	
۱۲	۱۱/۲۴	توانایی در مدیریت نیروی انسانی	مهارت‌های مدیریتی
۱۷	۹/۴۳	رهبری قوی در چالش‌های بازار گردشگری	
۱۹	۸/۴۹	توانایی تصمیم‌گیری سریع در مواقع حساس	
۳	۱۴/۸۷	میزان آموزش و تعلیم کارکنان اقامتگاه نسبت به مسائل اقامتگاه	
۸	۱۲/۶۰	وجود نیروی انسانی خلاق و با استعداد در حیطه اقامتگاه‌ها	مهارت نیروی انسانی
۱۳	۱۱/۱۸	تعهد کارکنان نسبت به کار	اقامتگاه
۵	۱۳/۹۹	تعامل مناسب کارکنان با گردشگران و جامعه محلی	
۱۰	۱۲/۳۰	مدیریت مشارکتی در برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری برای اقامتگاه	مدیریت مشارکتی
۱۴	۱۱/۱۱	مشورت با کارکنان در امور اقامتگاه	اقامتگاه
۷	۱۳/۴۷	تبلیغات از طریق رسانه‌های اجتماعی به خصوص شبکه‌های اجتماعی	
۱۵	۱۰/۹۹	اهمیت دادن به مشتری و اقدامات لازم برای حفظ رابطه با مشتریان فعلی	بازاریابی خلاقانه
۲۳	۷/۱۸	آموزش و یادگیری استراتژی‌های بازاریابی گردشگری	
۲۱	۷/۹۲	فعالیت‌های بازاریابی به شیوه‌های خلاق و جدید برای جذب مشتری	
۱	۱۷/۴۴	داشتن دانش و تجربه کافی در زمینه اقامتگاه بومگردی و گردشگری	
۱۱	۱۱/۹۶	ارتباط با زنجیره تامین شامل آژانس مسافرتی، راهنمایان تور	
۲۰	۷/۹۷	ارتباط تعاملی با رقبا برای بهبود وضعیت کسب و کار	سیاست‌های رقابتی
۲۲	۷/۴۰	حفظ شرایط رقابتی بازار به جهت ارتقا رفاه گردشگران و بهبود عملکرد اقتصادی	
۶	۱۳/۶۷	شناخت و تأمین نیازهای گردشگران	
۴	۱۴/۷۰	تأثیر مستقیم شرایط اقتصادی جامعه بر روی بازار گردشگری	شناخت وضعیت بازار
۹	۱۲/۴۸	تأثیر فصلی بودن کسب و کار بر روی تعداد گردشگران و بازار گردشگری	گردشگری و کسب و کار
۲	۱۴/۹۹	پیش‌بینی تأثیر چالش‌ها بر گردشگری (نظیر نوسانات نرخ ارز) و یافتن راهکارهای مناسب	

کای اسکوتر = ۴۱۹/۴۱۱
 درجه آزادی = ۲۴
 سطح معناداری = ۰/۰۰۰

منبع: (یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

در خصوص بعد فعالیت‌های عملیاتی پایداری در اقامتگاه، با توجه به مقدار کای اسکوتر و سطح معناداری (Sig= ۰/۰۰۰) می‌توان گفت اهمیت و اثرگذاری شاخص‌ها بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی منطقه مورد مطالعه متفاوت بوده است. از دیدگاه پاسخگویان بیشترین اثرگذاری مربوط به شاخص‌های «احترام به محیط زیست و جلوگیری از تخریب آن (۱۱/۰۰)»، «ارائه غذا و نوشیدنی‌های بومی و محلی در اقامتگاه (۱۰/۵۶)»، «احترام به فرهنگ و ارزش‌های بومی و محلی جامعه میزبان (۱۰/۴۲)»، «حفاظت از میراث فرهنگی جامعه محلی (۱۰/۱۳)» و «ایجاد تجربه‌های جدید و ارزشمند برای گردشگران (۹/۸۰)» بوده است (جدول ۱۲).

جدول ۱۲. نتایج رتبه بندی شاخص های بعد فعالیت های عملیاتی پایداری بر اساس آزمون فریدمن

رتبه	میانگین رتبه	شاخص	عامل
۱۴	۹/۱۳	استفاده از مصالح ساخت و ساز بومی و محلی و سازگار با محیط برای ساخت اقامتگاه	طراحی و معماری بوم محور
۱۰	۹/۴۶	استفاده از تزئینات و تجهیزات بومی محلی برای اقامتگاه	
۹	۹/۴۹	استفاده از طراحی و معماری بومی منطقه	بکارگیری جامعه محلی در فعالیت های مرتبط با اقامتگاه
۱۸	۸/۰۲		
۱۷	۸/۶۲	استفاده از سرمایه گذاری های بومی	مشارکت جامعه محلی
۱۲	۹/۲۲	آموزش شیوه های مهمان نوازی و تعامل با گردشگران به جامعه محلی	حمایت از ارزش ها و میراث فرهنگی جامعه محلی
۴	۱۰/۱۳	حفاظت از میراث فرهنگی جامعه محلی	
۳	۱۰/۴۲	احترام به فرهنگ و ارزش های بومی و محلی جامعه میزبان	محلی
۷	۹/۶۳	آگاهی و آموزش به گردشگران از هنرهای و ارزش های جامعه مقصد	
۱	۱۱/۰۰	احترام به محیط زیست و جلوگیری از تخریب آن	مسئولیت پذیری زیست محیطی
۸	۹/۶۰	ارائه آموزش های محیط زیستی برای کارکنان و گردشگران	
۱۳	۹/۱۹	بهره‌وری در مصرف منابع (آب و انرژی) در اقامتگاه	مدیریت صحیح پساب ها و پسماندها (کاهش تولید زباله، تفکیک زباله)
۶	۹/۷۱		
۱۵	۹/۰۲	بکارگیری نیروی انسانی متعهد به مسائل زیست محیطی	ارائه غذا و نوشیدنی های بومی و محلی در اقامتگاه
۲	۱۰/۵۶		
۱۱	۹/۲۹	ارائه و فروش محصولات بومی شامل صنایع دستی در اقامتگاه	محمولات و خدمات گردشگری خلاقانه و بوم محور
۵	۹/۸۰	ایجاد تجربه های جدید و ارزشمند (برگزاری مراسم محلی) برای گردشگران	
۱۶	۸/۷۱	ارائه خدمات خلاقانه و نوآورانه به گردشگران نسبت به سایر رقبا	کای اسکور = ۳۲/۶۹۱ درجه آزادی = ۱۷ سطح معناداری = ۰/۰۰۱

منبع: (یافته های تحقیق، ۱۴۰۱)

نتیجه گیری

در خصوص کسب و کارهای گردشگری سبز به خصوص اقامتگاه بومگردی نیاز است نگاهی سیستمی و یکپارچه به کسب و کار داشت و تمام عوامل اثرگذار بر موفقیت و پایداری اقامتگاه بومگردی در همه سطوح کلان، مدیریتی و اجرایی در نظر گرفته شود. هدف مطالعه حاضر بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی شهرستان های جنوب شرقی استان اصفهان با رویکرد یکپارچه بوده است. نتایج تحقیق نشان می دهد هر سه متغیر عناصر تسهیل گر بیرونی، نوآوری های مدیریتی و برنامه ریزی اقامتگاه و فعالیت های عملیاتی پایداری بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی اثرگذار بوده اند.

نتایج نشان می دهد فعالیت های عملیاتی پایداری بیشترین تأثیر را از دیدگاه صاحبان و مدیران در موفقیت اقامتگاه بومگردی دارد. اقامتگاه بومگردی برای عملکرد مطلوب باید بر شاخص هایی که سطح پایداری اقامتگاه را ارتقا می دهند نظیر مصرف بهینه منابع آب و انرژی و مدیریت بهینه زباله تمرکز کند تا بتواند اقامتگاه بومگردی متناسب با استانداردهای اکوتوریسم را برای جذب گردشگران اجرا نمایند. این یافته مطالعات وثوقی و شمسی مارینی (۱۳۹۵) و حسن زاده (۱۳۹۷) را تأیید می کند. در این راستا مهانا^۱(۲۰۰۶)، اشاره می کند که گردشگران از مشکلات محیطی نظیر

آلودگی، بهره برداری از منابع طبیعی آگاه بوده و تمایل به گردشگری آگاهانه‌تر به سرعت در حال گسترش است. لذا تقاضای مصرف کنندگان برای تسهیلات اقامتی سازگار با محیط افزایش یافته است (Foster et al., 2000). همچنین باقری و همکاران (۲۰۲۰) یافتند که در هتل‌های سبز بسیاری از گردشگران آگاه به مسائل زیست محیطی مایل به دریافت غذاهای طبیعی و محلی برای حمایت از مشاغل سبز هستند. علاوه بر این، برای توسعه اقامتگاه باید بر اصول طراحی معماری منطقه توجه شود، چرا که یکی از متغیرهای مؤثر بر جذب گردشگران به خصوص اکوتوریست‌ها می‌باشد. شناساندن میراث فرهنگی جامعه محلی و حفاظت از ارزش‌های فرهنگی جامعه محلی نیز باید جزء فعالیت‌های اقامتگاه‌ها باشند. همچنین پایداری کسب و کار اقامتگاه بومگردی منوط به حمایت و همراهی جامعه محلی است و اقدام لازم از سوی مدیران برای مشارکت جامعه محلی باید صورت بگیرد. نتایج بدست آمده منطبق با ریگاتی (۲۰۱۶) است که دریافت مشارکت جامعه محلی و توانمندسازی جامعه محلی از عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی می‌باشد. افزون بر این خدمات و محصولات خلاقانه یکی از عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی می‌باشد و بر رقابت کسب و کار اقامتگاه بومگردی با سایر رقبا اثرگذار است، و لازم است در دستور کار مالکان اقامتگاه‌ها باشد. بسیاری از گردشگران مایل به دریافت خدمات گردشگری خاص شامل غذا و نوشیدنی بومی و محلی و همچنین شرکت در مراسمات و آیین‌های بومی هستند. در این راستا یی^۱ و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند در خدمات مربوط به گردشگران، خصوصاً میراث گردشگری، علاوه بر تلاش به منظور دستیابی به اهداف مورد نظر صنعت، باید برای خلق تجارب ارزشمند برای گردشگران نیز برنامه‌ریزی شود.

یافته‌ها نشان می‌دهد متغیر عناصر تسهیل‌گر بیرونی بیشترین تأثیر را به طور مستقیم و غیر مستقیم از طریق دو متغیر نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی در اقامتگاه و فعالیت‌های عملیاتی پایداری در موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی داشته است. این بدین معناست که عناصر تسهیل‌گر بیرونی شامل حمایت مالی و غیرمالی، قوانین و مقررات، آموزش و وجود زیرساخت‌های محلی می‌توانند هم در اجرای بهتر فعالیت‌های پایداری اقامتگاه اثرگذار باشند، و هم جهت‌گیری نوآوری‌های برنامه‌ریزی و مدیریت اقامتگاه را به سمت و سوی فعالیت‌های عملیاتی پایداری فراهم آورند و در افزایش موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی مؤثر باشند. در این راستا راکیچویچ و همکاران (۲۰۱۶) دریافتند که انواع حمایت‌های مالی و غیرمالی بر افزایش آگاهی مدیران و صاحبان کسب و کارها اثرگذار هستند. در این میان، عامل حمایت مالی به خصوص شاخص‌های تخصیص اعتبارات برای راه اندازی اقامتگاه و کاهش مالیات بیشترین اثرگذاری را بر موفقیت اقامتگاه بومگردی در منطقه مورد مطالعه دارند. نتیجه بدست آمده همسو با زیرسفی (۱۳۹۶) و یعقوبی (۱۳۹۶) است.

یافته‌ها نشان می‌دهد بعد نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی اقامتگاه شامل مهارت‌های مدیریتی، مهارت نیروی انسانی، مدیریت مشارکتی اقامتگاه، بازاریابی، سیاست‌های رقابتی و شناخت بازار گردشگری هم به‌طور مستقیم و هم از طریق فعالیت‌های عملیاتی پایداری اقامتگاه بر موفقیت اقامتگاه بومگردی اثرگذار است. در این بین، عامل مهارت نیروی انسانی به خصوص آموزش کارکنان اقامتگاه بیشترین تأثیر را بر موفقیت اقامتگاه بومگردی دارد، که نتایج به دست آمده منطبق با شارما و آپنجا (۲۰۰۵) و جعفر و همکاران (۲۰۱۱) است. همچنین عامل شناخت وضعیت بازار گردشگری و کسب کار شامل شناخت تأثیر عوامل اقتصادی بر بازار گردشگری، تأثیر فصلی بودن گردشگری بر کسب و کار و پیش بینی تأثیر چالش‌ها برای اقدامات مطلوب از دیگر عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی می‌باشد. عامل مهارت‌های

مدیریتی از عوامل اثرگذار بر موفقیت اقامتگاه بومگردی منطقه مورد مطالعه بوده است. این یافته همسو با روگوف و همکاران (۲۰۰۴) است. عامل بازاریابی خلاقانه با وجود اهمیت بسیار زیاد برای موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی نسبت به سایر عوامل امتیاز کمتری را بدست آورده است که در واقع می‌توان گفت صاحبان و مدیران کسب و کار اقامتگاه بومگردی منطقه مورد مطالعه اهمیت حفظ رابطه با مشتریان، و بکارگیری شیوه‌های خلاق برای جذب مشتری را درک نکرده‌اند، در حالیکه حفظ مشتریان قدیمی برای موفقیت و تداوم کسب و کار بسیار مهم است. اما تبلیغات از طریق رسانه‌های اجتماعی به خصوص شبکه‌های اجتماعی برای صاحبان اقامتگاه بسیار مهم بوده و از این فرصت برای تبلیغات و معرفی اقامتگاه و ترغیب گردشگران برای خرید استفاده می‌کنند. در واقع بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی را بعنوان یکی از تکنیک‌های مهم برای جذب و حفظ مشتری درک کردند (هاتفی و استعلاجی، ۱۳۹۸: ۸۱).

در مجموع می‌توان گفت موفقیت کسب و کار اقامتگاه بومگردی منوط به عملکرد مطلوب هر سه بخش می‌باشد. در سطح کلان برنامه‌ریزان و مسئولان در حوزه اقامتگاه بومگردی باید تسهیلات و امکانات لازم برای موفقیت صاحبان اقامتگاه را در اختیار شان قرار دهند. از نظر مدیریتی و برنامه‌ریزی، صاحبان و مدیران اقامتگاه باید بر تمام معیارهای لازم برای عملکرد عالی شناخت داشته باشند و از تمام ظرفیت‌های موجود در بیرون از سازمان برای عملکرد بهتر استفاده نمایند. همچنین مدیران و صاحبان اقامتگاه باید تمام اصول کسب و کار اقامتگاه بومگردی را برای جذب و رضایتمندی بیشتر گردشگران اجرا نمایند. بر اساس یافته‌های تحقیق برای موفقیت کسب و کار اقامتگاه‌های بومگردی پیشنهادات زیر ارائه می‌شود: تسهیل در روند اداری جهت راه اندازی اقامتگاه‌های بومگردی؛ کاهش مالیات برای اقامتگاه‌های بومگردی؛ اعطای وام و اعتبارات بانکی جهت شروع فعالیت اقامتگاه‌های بومگردی؛ تخصیص اعتبارات مالی برای مرمت و بازسازی اقامتگاه‌های بومگردی؛ تدوین قوانین و مقررات دقیق برای فعالیت‌های اقامتگاه‌های بومگردی؛ برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی نظیر مهمان‌پذیری، بازاریابی، اصول پایداری اقامتگاه‌ها برای مدیران و کارکنان؛ ترویج استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌های اجتماعی به خصوص شبکه‌های اجتماعی برای ارتباط با مشتریان فعلی و بالقوه و زنجیره تأمین.

تقدیر و تشکر

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله که مستخرج از پایان نامه ارشد است، حامی مالی نداشته است.

منابع

- ۱) اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان اصفهان (۱۴۰۰). اقامتگاه‌های بومگردی استان اصفهان. www.mcth.ir
- ۲) باپیوری، جعفر؛ قادری، اسماعیل و محمودزاده، مجتبی (۱۴۰۱). طراحی چارچوب مدل کسب و کار پایدار اقامتگاه‌های بومگردی با استفاده از روش فرا ترکیب، فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۱۱، شماره ۴۰، صص. ۱۸۶-۱۶۱. <https://doi.org/10.22080/JTPD.2022.21318.3526>
- ۳) حسام، مهدی (۱۳۹۸). شناسایی موانع تأسیس و توسعه اقامتگاه‌های بومگردی در نواحی روستایی استان گیلان، پژوهش‌های روستایی، دوره ۱۰، شماره ۳، صص. ۵۴۶-۵۵۹. <https://doi.org/10.22059/JRUR.2019.281777.1363>
- ۴) حسن‌زاده، زینب (۱۳۹۷). بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت طرح‌های خانه‌های گردشگری (بوم‌خانه)، مطالعه موردی: استان اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت، به راهنمایی مسعود احمدخانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علم و هنر

- وابسته به چهار دانشگاهی.
- (۵) دیودار، کیارش (۱۳۹۶). اقامتگاه بومگردی سازه‌ای از جنس مسئولیت، ماهنامه صنعت حمل و نقل، شماره ۳۵۷، صص. ۵۷-۵۴. <https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/d438c8b066f083e5754b1bc50c587122>
- (۶) زرسیفی، شهلا (۱۳۹۶). شناسایی و بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در گردشگری (زیر بخش هتلداری) مورد مطالعه شهر اصفهان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت، به راهنمایی مهدی باصولی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علم و هنر یزد، دانشکده علوم انسانی. <https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/93fa975d13de4d905fed0b18b098b857>
- (۷) سالنامه آماری استان اصفهان (۱۳۹۵). اصفهان. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اصفهان. https://www.mpo-es.ir/dorsapax/Data/Sub_1/File/salnameh1395_shahrestani.pdf
- (۸) سرور، رحیم؛ اکبری، مجید و درویش، بهروز (۱۳۹۶). طراحی مدل توسعه گردشگری غذا در ایران با رویکرد مدل سازی ساختاری تفسیری، فصلنامه جغرافیا، سال ۱۵، شماره ۵۳، صص. ۹۰-۷۳. https://mag.iga.ir/article_254314.html?lang=en
- (۹) شفیعی، زاهد و ربانی، راضیه (۱۳۹۷). بومگردی و اقامتگاه‌های دوستدار طبیعت، تهران: انتشارات مهکامه. https://mahkameh.com/index.php?route=product/product&product_id=269
- (۱۰) عیسی زاده، محمد (۱۳۹۴). بررسی عوامل موفقیت بر کسب‌وکارهای گردشگری استان اردبیل؛ مطالعه موردی: هتل‌ها، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، به راهنمایی عظیم اصلانی، دانشگاه آزاد اسلامی، گروه مدیریت. <https://elmnet.ir/article/10877345-57951>
- (۱۱) غنیان، منصور و هاشمی نژاد، آذر (۱۳۹۵). تحلیل انگیزاننده‌های مشارکت در توسعه گردشگری پایدار از دیدگاه ساکنان محلی منطقه حفاظت شده دز، فصلنامه جغرافیا، سال ۱۴، شماره ۴۹، صص. ۷۷-۶۱. https://mag.iga.ir/article_700865.html
- (۱۲) وثوقی، لیلا و شمسی ماریینی، نرگس (۱۳۹۴). ارزیابی عوامل مؤثر بر موفقیت اقامتگاه‌های سبز. مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۰، شماره ۳۲، صص. ۸۷-۶۷. [20.1001.1.23223294.1394.10.32.4.7](https://doi.org/10.1001.1.23223294.1394.10.32.4.7)
- (۱۳) هاتفی اردکانی، علیرضا و استعلاجی، علیرضا (۱۳۹۸). ارزیابی مؤلفه‌های ICT در بازاریابی گردشگری با استفاده از تکنیک معادلات ساختاری، نمونه موردی استان اردبیل، فصلنامه جغرافیا، سال ۱۷، شماره ۶۲، صص. ۹۰-۸۰. https://mag.iga.ir/article_246614.html
- (۱۴) یعقوبی، محبوبه (۱۳۹۶). عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط در گردشگری؛ مطالعه موردی: اقامتگاه‌های بومی شهر یزد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت گردشگری، به راهنمایی لیلا وثوقی، دانشکده گردشگری، دانشگاه سمنان. <https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/efac193e0e277db0dc09c65c34ef9259>
- 15) Bagheri, M., Shojaei, P. & Asghari, S. (2020). Proposing a model for assessing green hotels based on ecological indicators, *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 20, No. 4, pp. 1-17. <https://doi.org/10.1177/146735842090412>
- 16) Bapiri, J., Ghaderi, E. & Mahmoudzadeh, M. (2022). Developing Sustainable Business Model Framework for Ecolodges: Using Meta-synthesis Method, *Journal of Tourism Planning and Development*, Vol. 11, No. 40, pp. 161-186. [Persian]. <https://doi.org/10.22080/JTPD.2022.21318.3526>
- 17) Chan, J. & Baum, T. (2007). Motivation Factors of Ecotourists in Ecolodge Accommodation: The Push and Pull Factors, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 12, No. 4, pp. 349-364. DOI:10.1080/10941660701761027
- 18) Christou, P. & Sharpley, R. (2019). Philoxenia offered to tourists? A rural tourism perspective, *Tourism Management*, No. 72, pp. 39-51. DOI:10.1016/j.tourman.2018.11.007
- 19) Conesa, I. M., Acosta, M. & Manzano, M. (2016). Corporate social responsibility and its effect on innovation and firm performance: An empirical research in SMEs, *Journal of Cleaner Production*, No. 142, pp. 2374-2383. DOI:10.1016/j.jclepro.2016.11.038

- 20) Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts of Isfahan Province (2021). Ecolodges of Isfahan province. Retrieved from <http://www.isfahancht.ir>. [Persian]. <https://www.mcth.ir/%D8%AE%D8%A8%D8%B1%D8%AE%D8RSS/ID/3528>
- 21) Dvidar, K. (2016). Ecotourism accommodation is a structure of responsibility, transportation industry monthly, No. 357. [Persian]. magiran.com/p1735004
- 22) Foster, S.T., Sampson, S.E. & Dunn, S. (2000). The impact of customer contact on environmental initiatives for service firms, *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 20, No. 2, pp. 187- 203. DOI:10.1108/01443570010304251
- 23) Ghanian, M. & Hasheminejad, A. (2016). Analysis of motivations for participation in the development of sustainable tourism from the perspective of local residents of Dez protected area, *Journal of Geography*, Vol. 14, No. 49, pp. 61-77. [Persian]. https://mag.iga.ir/article_700865.html
- 24) Hassanzadeh, Z. (2018). Investigating the factors affecting the success of tourist house projects, case study: Isfahan province, Master's thesis, Faculty of Humanities, University of Science and Art. [Persian]. <https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/d438c8b066f083e5754b1bc50c587122>
- 25) Hatefi Ardakani, A. & Estalaji, A. (2019). Evaluation of ICT Components in Tourism Marketing Using Structural Equation Technique Case Study of Ardabil Province, *Journal of Geography*, Vol. 17, No. 62, pp. 80-90. [Persian]. https://mag.iga.ir/article_246614.html?lang=en
- 26) Hawkins, D.E., Epler W.M., & Bittman, S. (1995) *The Ec lodge Sourcebook for Planners and Developers*, North Bennington, VT: The Ecotourism Society. https://www.si.edu/object/siris_sil_51237
- 27) Hesam. M. (2019). Identifying Obstacles to the Establishment and Development of Ecotourism Residence in the Rural Areas of Guilan Province, *Journal of rural research*, Vol. 10, No. 3, pp. 546-559. [Persian]. 10.22059/JRUR.2019.281777.1363
- 28) Horváth, A. & Jónás-Berki, M. (2018). Environmental and social responsibility supplemented with green case studies from the side of the tourism service providers, *Turizam*, Vol. 22, No. 2, pp. 52-62. DOI:10.5937/22-17527
- 29) International Finance Corporation. (2004). *Ec lodges Exploring Opportunities for Sustainable Business*, N.W. Washington. Available: http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/cfdb088048855408b134f36a6515bb18/Ecolodge_Publication_Part1.pdf.
- 30) Isazadeh, M. (2015). Investigating the success factors of tourism businesses in Ardabil province; (Case study: hotels), Master's thesis, Faculty of Humanities, Islamic Azad University. [Persian]. <https://elmnet.ir/article/10877345-57951>
- 31) Isfahan's statistical yearbook. (2016). Isfahan, Management and planning organization of Isfahan province. [Persian]. [https://www.mpo-es.ir/dorsapax/Data/Sub_1/File/salnameh1395_shahrestani .pdf](https://www.mpo-es.ir/dorsapax/Data/Sub_1/File/salnameh1395_shahrestani.pdf)
- 32) Jaafer, 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*, Vol. 30, No. 4, pp. 827-835. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.01.003>
- 33) Jachson, L. (2010). Toward a framework for the components of green lodging, *Journal of Retail & Leisure Property*, Vol. 9, No. 3, pp. 211 – 230. DOI:10.1057/rlp.2010.6
- 34) Jenkins, J. & Pigram, J. (2003). *Encyclopedia of Leisure and Outdoor Recreation*, (1st ed). London, Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203647394>
- 35) Kasim, A. (2006). The need for business environmental and social responsibility in the tourism industry. *Hospitality & tourism administration*, Vol. 7, No. 1, pp. 1-22. DOI:10.1300/J149v07n01_01
- 36) Kwan, P., Eagles. P.F.J. & Gebhardt, A. (2008). A Comparison of Ec lodge Patrons' Characteristics and Motivations Based on Price Levels: A Case Study of Belize, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 16, No. 6, pp. 698-718. DOI:10.1080/09669580802397129
- 37) Lambert, S. (2008). A conceptual framework for business model research. paper presented at 21st BLED eConference, eCollaboration: Overcoming Boundaries through Multi-Channel

- Interaction June 15 - 18, Bled, Slovenia.
[https://domino.fov.um.si/proceedings.nsf/0/1e893ee544d680fec12574810042ac2d/\\$FILE/22Lambert.pdf](https://domino.fov.um.si/proceedings.nsf/0/1e893ee544d680fec12574810042ac2d/$FILE/22Lambert.pdf)
- 38) Mafi, M., Pratt, S. & Trupp, A. (2019). Determining ecotourism satisfaction attributes – a case study of an ecolodge in Fiji, *Journal of Ecotourism*, Vol. 19, No. 4, pp. 1-23. DOI:10.1080/14724049.2019.1698585
- 39) Muhanna. E. (2006). Sustainable Tourism Development and Environmental Management for Developing Countries, *Problems and Perspectives in Management*, Vol. 4, No. 2, pp. 14-30.
- 40) Rakićević, Z., Omerbegović-Bijelović, J. & Lečić-Cvetković, D. (2016). A model for effective planning of SME support services, *Evaluation and program planning*, No. 54, pp. 30-40. CC BY-NC
- 41) Rigatti, V. (2016). How Can Ecolodge Become Sustainable and Successful Business Model: Environmental, Social and Economic Perspective, M.A Thesis. Austria, Modul Vienna University.
https://www.modul.ac.at/uploads/files/Theses/Master/Grad_2016/Thesis_1413005_RIGATTI_Vittorio.pdf
- 42) Rogoff, E. G., Lee, M. S. & Suh, D. C. (2004). Who done it? Attributions by entrepreneurs and experts of the factors that cause and impede small business success, *Journal of Small Business Management*, Vol. 42, No. 4, pp. 364-376. DOI:10.1111/j.1540-627X.2004.00117.x
- 43) Russell, D., Bottrill, C. & Meredith, G. (1995). International Ecolodge Survey, In D.E. Hawkins, M. Elper Wood and S. Bittman. *The Ecolodge Sourcebook for Planners and Developers*. North Bennington. Ecotourism Society.
https://www.si.edu/object/siris_sil_512375
- 44) Sanders, E.G. & Halpenny, E. (2001) *The Business of Ecolodges: A Survey of Ecolodge Economics and Finance*, Burlington, VT: The International Ecotourism Society.
https://www.si.edu/object/siris_sil_512376
- 45) Sarvar, R., Akbari, M. & Darvish, B. (2017). Designing a food tourism development model in Iran with an interpretive structural modeling approach, *Journal of Geography*, Vol. 15, No. 53, pp. 73-90. [Persian]. https://mag.iga.ir/article_254314.html?lang=en
- 46) Shafihi, Z. & Rabbani, R. (2018). Ecotourism and nature-friendly accommodations, Tehran: Mehkameh. [Persian]. https://mahkameh.com/index.php?route=product/product_id=269
- 47) Sharma, A. & Upneja, A. (2005). Factors influencing financial performance of small hotel in Tanzania, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.17, No.6, pp.504–515. DOI:10.1108/09596110510612149
- 48) Vossoghi, L. & Shamsi Marbini, N. (2016). Assessing Factors Affecting Success of Green Accommodations, *Tourism Management Studies*, Vol. 10, No. 32, pp. 67-87. [Persian]. 20.1001.1.23223294.1394.10.32.4.7
- 49) Wallace, G. N. & Pierce, S. M. (1996). An evaluation of ecotourism in Amazonas, Brazil, *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, No. 4, pp. 843–873. DOI:10.1016/0160-7383(96)00009-6
- 50) Yaghoubi, M. (2018). Effective factors on success of SMEs in tourism (case study: domestic accommodations in Yazd city). Master's thesis, Faculty of Tourism, Semnan University. [Persian].
<https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/efac193e0e277db0dc09c65c34ef9259>
- 51) Yang, Y. & Fik, T. (2014). Spatial effects in regional tourism growth, *Annals of Tourism Research*, Vol. 46, No. 7, pp. 144–162. DOI:10.1016/j.annals.2014.03.007
- 52) Yi, X., Fu, X., Yu, L. & Jiang, L. (2018). Authenticity and loyalty at heritage sites: The moderation effect of postmodern authenticity, *Tourism Management*, No. 67, pp. 411-424. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.01.013>
- 53) Zarasifi, S. (2017). Identifying and investigating the factors affecting the development of entrepreneurship in tourism (hotel sub-sector), case study: Isfahan city, Master's thesis, Faculty of Humanities, University of Science and Arts of Yazd. [Persian].
<https://ganj.irandoc.ac.ir/#/articles/93fa975d13de4d905fed0b18b098b857>