

تاریخ دریافت: ۹۶/۰۶/۱۵

تاریخ پذیرش: ۹۶/۰۹/۲۱

نقش گردشگری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری شهر ایلام

منور ارغا^۱، پاکزاد آزادخانی^{۲*}، رویا کریمی دوستان^۳

چکیده

توسعه پایدار به عنوان مفهومی تأثیرگذار و بحث‌برانگیز برای کسب‌وکار و سیاست به‌ظهور رسیده است و شناخت روبه‌رشدی برای یک تحول اساسی مورد نیاز است تا اثرات زیان‌بار زیست‌محیطی و اجتماعی ایجاد شده توسط شیوه‌های کسب‌وکار ناپایدار رایج حال حاضر را کاهش دهد. هدف این پژوهش بررسی نقش گردشگری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری شهر ایلام می‌باشد. پژوهش حاضر توصیفی-پیمایشی و از نوع کاربردی است. جامعه آماری این پژوهش ساکنان شهر ایلام می‌باشند که ۳۸۴ نفر به روش کوکران به عنوان حجم نمونه انتخاب و پرسشنامه تأیید شده با آلفای ۰/۸۳۱ پژوهش به صورت تصادفی ساده بین آنها توزیع شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق آزمون تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزار SPSS انجام شد. نتایج نشان داد که گردشگری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری در شهر ایلام تأثیر دارد و عامل‌های اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی-محیطی و فردی در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارد.

واژگان کلیدی: گردشگری، کارآفرینی، توسعه پایدار، شهر ایلام.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

^۱. کارشناسی ارشد، رشته مدیریت جهانگردی، دانشگاه باختر ایلام، Email: monavar.argha93@gmail.com

^۲. نویسنده مسئول، استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه باختر ایلام، Email: Pakzad540azad@gmail.com

^۳. کارشناسی ارشد، رشته مدیریت جهانگردی، دانشگاه باختر ایلام، Email: roya.doostan@gmail.com

مقدمه

امروزه همگان دریافته‌اند جوامعی که بیشتر به اندیشه متکی بوده‌اند تا به منابع زیرزمینی، در بلندمدت موفق‌تر و سرفرازتر بوده‌اند. منابع زیرزمینی در کشورهای جهان سوم به رغم مزیت‌های آن‌ها، گاهی از جمله‌ی موانع توسعه‌یافتگی محسوب شده‌اند، در صورتی که نبود این منابع در برخی از کشورها باعث شده است تا آن‌ها با استفاده از نیروی فکر، خلاقیت و ابتکار و در یک کلمه: کارآفرینی، از جمله کشورهای پیشرو در جهان کنونی شوند. وجود فاصله و شکاف بین منابع و امکانات از یک‌سو و نیازهای متنوع و فراگیر جامعه انسانی از سوی دیگر، لزوم دخالت و نقش آفرینی عاملی کارساز را اقتضا می‌کند. به نظر می‌رسد در شرایط موجود عامل مهم، چیزی جز کارآفرینی نیست (غلامی‌اوتی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۳۴). از طرفی توسعه پایدار عبارت است از تغییر و تحول پایدار اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، علمی و محیطی توأم با عدالت اجتماعی که برای پیشرفت جامعه و دستیابی به رفاه در زندگی انسان، که با توجه به حفظ و ماندگاری منابع، به‌ویژه، منابع طبیعی و محیط زیست، طراحی و اجرا می‌شود.

انسان در توسعه پایدار نقش به‌سزایی ایفا می‌کند به گونه‌ای که مبنای توسعه پایدار است، به عبارتی بهتر، می‌توان گفت این دو ارتباطی دو سویه دارند؛ یعنی، هدف از توسعه پایدار سعادت انسان و رسیدن به توسعه پایدار مستلزم منابع انسانی کارآمد و کارآفرین است (غلامی‌اوتی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۳۴).

علاقه به گردشگری به عنوان ابزار بین‌المللی توسعه به طور چشمگیری در دهه‌ی گذشته افزایش یافته است. توسعه‌ی پایدار به عنوان مفهومی تأثیرگذار و البته بحث برانگیز برای کسب و کار و سیاست به ظهور رسیده است و شناخت رو به رشدی وجود دارد که برای یک تحول اساسی مورد نیاز است تا اثرات زیان‌بار زیست‌محیطی و اجتماعی ایجاد شده توسط شیوه‌های کسب و کار ناپایداری که حال حاضر رایج می‌باشد را کاهش دهد (کیاکجوری، ۱۳۹۱: ۴). بروز تنوع در خدمات و محصولات گردشگری برای پاسخ به تقاضای روزافزون و نیازهای متنوع آن ضروری است و گردشگری به عنوان یک از بخش‌های بزرگ اقتصادی به مشارکت بالای بخش کارآفرینی نیازمند است. با تشدید رقابت در خدمات گردشگری، به کارگیری رویکردهایی مورد تاکید مسئولان کشورها قرار می‌گیرد که با تمرکز بر آنها بتوان به رشد سریعتر و ارزش‌افزایی بیشتر دست یافت. کارآفرینی به عنوان موتور توسعه اقتصادی (شومپتر، ۱۹۳۴). رویکرد مناسبی برای پاسخگویی به این نیاز است (شفیعیان و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۸).

کارآفرینی از نظر رفتاری شامل مجموعه‌ای از فعالیت‌های مورد نیاز برای ارزیابی فرصت‌ها، به‌دست آوردن منابع موردنیاز و انجام فعالیت‌های مخاطره آمیز است (دادورخانی، ۱۳۹۰: ۱۷۰). در تعریف امروزی کارآفرینی، گرایش به محور قرار دادن پیگیری فرصت وجود دارد. بدیهی است شناسایی فرصت‌ها و سپس ارزیابی، اولویت‌بندی، غربال و ترکیب و به کارگیری آنها، بخش اصلی و قلب کارآفرینی برای توسعه گردشگری محسوب می‌شوند (شفیعیان و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۸).

در این زمینه در کشورها توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان گردشگری می‌شود و تقویت کارآفرینی و گردشگری و ایجاد بستر مناسب برای توسعه‌ی آن از ابزار پیشرفت و توسعه‌ی کشورها به‌ویژه کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آید؛ زیرا یک فعالیت با رویکرد کارآفرینانه منجر به توسعه اقتصادی، اجتماعی و محیطی (از جمله ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت‌ها رقابت‌پذیری، حفظ محیط‌زیست) می‌شود (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۸).

بنابراین با توجه به اهمیت گردشگری و کارآفرینی، توسعه گردشگری شهری به منظور بهره‌برداری از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های شهرها در کشورهای در حال توسعه ای مانند ایران و همین‌طور راهکاری برای دستیابی به توسعه پایدار به شمار می‌رود. اما بیشتر شهرهای ایران از آمادگی لازم برای تأمین نیازهای ضروری در زمینه توسعه گردشگری شهری و کارآفرینی مانند

سرمایه، فناوری و اطلاعات برخوردار نیستند. در نتیجه برای کمک به جوامع شهری محروم از جمله شهر ایلام، نیاز به بسترسازی برای کارآفرینی نیاز است. شهر ایلام با توجه به پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های گردشگری تاریخی، فرهنگی و اکوتوریستی در داخل و حومه شهر، قرارگیری در مسیر راه کربلا، دارا بودن نیروی کار جوان و همچنین خدماتی بودن ماهیت اقتصادی شهر زمینه مناسب برای کارآفرینی را داراست که پژوهش حاضر بر آن است تا با بررسی این ظرفیت‌ها به سوالات زیر پاسخ دهد: آیا گردشگری شهری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری در شهر ایلام تأثیر دارد؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

گردشگری شهری

از گردشگری تعاریف متعددی بیان شده است. لیکن تعریف بیان شده توسط سازمان جهانی گردشگری بیش از سایر تعاریف مورد توافق است. بنابر این تعریف، گردشگری فعالیت‌های مسافرتی افراد و اقامت در خارج از محیط دائم زندگی آنها برای بیش از بیست و چهار ساعت و کمتر از یک سال به قصد تفریح، تجارت و اهداف دیگر است (لطیفیان و مولوی، ۱۳۹۴: ۲). یکی از مهمترین مقاصد که سمت و سوی گردشگری جهان را در دهه‌های گذشته تحت تأثیر قرار داده، مقاصد گردشگری شهری است. رشد سفرهای کوتاه‌مدت به این مقاصد، آن را به یکی از اصلی‌ترین مراکز گردشگری تبدیل نموده و این پدیده خود را در بیشتر مقاصد گردشگری دنیا نشان داده است (رنجبریان و خزائی‌پول، ۱۳۹۲: ۵۸). وجود جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و اکوتوریسمی در مراکز شهری از مؤلفه‌های مهمی می‌باشد که شهرها را به عنوان مقاصد گردشگری معرفی می‌نمایند. شهرها با جاذبه‌های متنوعی شامل موزه‌ها، بناهای یادبود، سالن‌های تئاتر، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی، مراکز خرید، مناطق دارای معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور، جذب‌کننده گردشگران بسیاری هستند. بنابراین، حجم زیادی از امکانات گردشگری نظیر محل سکونت، سرو غذا، ارتباطات حمل و نقل و سایر خدمات گردشگری که در شهرها واقع‌اند باعث می‌شود تا بازدیدکنندگان از مناطق اطراف شهرها نیز از آن امکانات استفاده کنند (پاپلی‌یزدی، سقایی، ۱۳۹۱: ۲۶).

توسعه پایدار

مفهوم توسعه پایدار شهری در ادبیات جهانی برای نخستین بار در سال ۱۹۸۷ میلادی با انتشار گزارشی کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه سازمان ملل متحد با نام آینده مشترک ما مطرح شد. این گزارش که به گزارش برولند مشهور است توسعه پایدار را به صورت ذیل تعریف می‌نماید. توسعه پایدار توسعه‌ای است که نیازهای زمان حال را تامین می‌کند بدون آنکه توانایی نسل‌های آتی در پاسخگویی به نیازهایشان را به خطر بیندازد (پورغلام، ۱۳۹۳). از نظر لمن و کاکس توسعه پایدار فرایند اصلاح و بهبود اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است که مبتنی بر فناوری و همراه با عدالت اجتماعی باشد به طریقی که اکوسیستم را آلوده و منابع طبیعی را تخریب نکند. توسعه پایدار به معنی افزایش منابع انسانی، توانمندسازی جوامع به سمت افزایش توانمندی‌های اقتصادی، اجتماعی و فناوری و فرهنگی است (اسلامی، ۱۳۸۱: ۴۵). به نظر فوگل بهداشت و فقر از ابعاد مهم رشد اقتصادی است و در مسائل مربوط به توسعه پایدار نیز اهمیت اساسی دارد. فوگل چنین بیان می‌کند که در کشورهای توسعه یافته امکانات پزشکی بسیار وسعت یافته است و خط مشی‌های بهداشتی و خانه‌سازی ارتقاء چشمگیری پیدا کرده که این خود باعث قابلیت بیشتر نیروی انسانی برای کار می‌شود و در نتیجه رشد اقتصادی و توسعه اجتماعی تحقق می‌یابد. در حالی که در کشورهای در حال توسعه مشکلاتی از قبیل عقب ماندگی رشد، فقر غذایی و مالی از عمده‌ترین عوامل بازدارنده توسعه پایدار است (مولدان، ۱۳۸۱: ۲۳).

از اوایل دهه ۱۹۹۰ و بطور مشخص در کنفرانس ریو ضرورت بازنگری توسعه جهانی با نگرش توسعه پایدار پذیرفته شد توسعه‌ای که نیازهای کنونی را بدون کاهش توانایی نسل‌های آتی و برآوردن نیازشان برآورده می‌کند. این الگو واره تازه با عنوان توسعه پایدار به مقابله با الگوهای تولید-توزیع و مصرف ناسازگار با طبیعتی می‌پردازد که به اتمام منابع و تخریب محیط زیست می‌انجامد و تنها فرایند توسعه‌ای را تایید می‌کند که به بهبود کیفیت زندگی انسان‌ها در حد ظرفیت پذیرش^۵ نظام‌های پشتیبان حیات منجر شود. الگو واره تازه قداست رشد را شکست و به عدالت بین نسل‌ها، وابستگی بی‌چون و چرا به طبیعت، برتری کیفیت توسعه بر کمیت رشد، کل‌گرایی و توانمندسازی اجتماعات به همراه ارزش‌های معنوی و انسانی تاکید ویژه‌ای کرد (صرافی، ۱۳۷۹: ۷).

کارآفرینی

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژه‌نامه وبستر: کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی و اداره آن را تقبل کند و ابزار تولید محصولات قابل عرضه به بازار، خریداری کند (ولائی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۵۱). کارآفرینی فرآیند خلق چیز نوپا و باارزش، با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش ریسک‌های مالی، روحی و اجتماعی برای به دست آوردن منافع مالی، رضایت شخصی و استقلال می‌شود (اکبری، ۱۳۸۵: ۷۹). به عبارت دیگر، به عنوان یک وسیله نقلیه برای نوآوری و تغییر نیروی اصلی توسعه اقتصادی و تولید رشد در نظر گرفته شده است (Maia et al, 2002: 1). شواهد محکمی مبنی بر وجود رابطه‌ی علی بین کارآفرینی، رشد اقتصادی و کاهش فقر وجود دارد (Chowdhury, 2007: 240). در همین رابطه، دیدگاه‌ها و تعاریف مختلفی از کارآفرینی ارائه شده است. از دیدگاه پیروان مکتب سوداگری یا مرکانتلیست‌ها، بازرگانی را که در کار تجارت طلا و نقره دست داشتند، کارآفرین می‌دانستند، فیزیوکرات‌ها یا طبیعت‌گرایان منشأ ایجاد ثروت را زمین و فعالان کشاورزی را کارآفرین می‌گفتند، کلاسیک‌ها، عوامل اصلی ثروت کارآفرینی را نیروی کار، سرمایه و مواد اولیه معرفی کرده‌اند و شومپیتر پدر کارآفرینی، آن را نیروی محرکه اقتصاد می‌داند (ایمانی، ۱۳۸۸: ۲۸)، از دیدگاه مایا (۲۰۰۲)، کارآفرینی حاصل برخورد ویژگی‌های فردی کارآفرینان با محیط است که در آن نشو و نما یافته‌اند (Archibong, 2004: 29) و همچنین عاملی در جهت کشف فرآیندهای نو و قبول مخاطرات و منافع آن (Hirich et al, 2005: 8) آگاهی از فرصت‌های سودآور و کشف نشده (Lordkipanidze, 2005: 25) و بالاخره پایه و اساس توسعه به شمار می‌رود (Mohapatra et al, 2007: 163) و می‌تواند نقش مهم و اساسی در حرکت چرخ‌های توسعه اقتصادی نواحی روستایی داشته باشد (Duane, 2000: 236).

نکته اساسی در تحقق یک فعالیت کارآفرینانه در سطح اجتماع فراهم‌بودن زمینه و برخی استلزامات انجام این دست فعالیت‌ها در جامعه می‌باشد. چیزی که امروزه از آن تحت عنوان فضای کارآفرینی یاد می‌شود. بی‌شک، روند توسعه‌ی اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته، بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است؛ به گونه‌ای که کارآفرینان در توسعه‌ی اقتصادی کشورهای توسعه یافته، نقش محوری داشته‌اند و کشورهای توسعه نیافته اهمیت آن را در توسعه‌ی اقتصادی نادیده گرفته‌اند. امروزه صاحب‌نظران بر نقش کارآفرینی در توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی اتفاق نظر دارند. مهمترین این نقش‌ها عبارتند از گردآوری پس‌اندازهای عمومی بی‌هدف و سرگردان، ایجاد اشتغال، توسعه‌ی متوازن اجتماعی، کاهش تمرکز اقتصادی، توزیع مجدد ثروت، درآمد و حتی قدرت سیاسی به صورت عادلانه، تحرک منابع، سرمایه‌ها و مهارت‌ها، بهبود کیفیت زندگی، ارتقاء تجارت خارجی و افزایش سود اجتماعی (حسام و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۹).

کارآفرینی سازمانی

پژوهشگران بیان می کنند که کارآفرینی سازمانی به توسعه ایده ها، روش ها، فرآیندها و فرصت های جدید در درون سازمان های از قبل تأسیس شده اشاره دارد (Hough & et al, 2008: 62). به عبارتی دیگر، کارآفرینی سازمانی مفهومی چندبعدی است که فعالیت های سازمان را به سمت نوآوری، ریسک پذیری، نوسازی راهبردی و پیشگامی سوق می دهد (Miles & et al, 2009: 18). پژوهشگران مختلف ابعاد و مولفه های اصلی کارآفرینی سازمانی در یک سازمان را شامل مولفه های نوآوری، پیشگامی، نوسازی راهبردی و ریسک پذیری می دانند (Kreiser & et al, 2002; Scheepers, 2008)؛ بنابراین در این تحقیق منظور از کارآفرینی سازمانی مفهومی چندبعدی است که فعالیت های سازمان گردشگری را به سوی نوآوری، ریسک پذیری، نوسازی راهبردی و پیشگامی سوق می دهد. نوآوری به تولید و خلق محصولات جدید، خدمات، فرآیندها، تکنولوژی ها و مدل های جدید کسب و کارها اشاره می کند (Morris & et al, 2002; Hough, 2008). پیشگامی به عنوان یک پیش بینی و رفتار برای نیازهای آینده با جست و جو و استفاده از فرصت هایی تعریف می شود که می تواند بر توسعه محصولات فرآیندها یا بازار دلالت داشته باشد (Alegre, 2009). ریسک پذیری شامل آمادگی برای استفاده از منابع به منظور بهره گیری از فرصت ها و شروع پروژه ها بدون اطلاع از نتایج و بازگشت سرمایه است (Hough, 2008). نوسازی راهبردی یک سازمان مستلزم تغییر و اصلاح در مأموریت سازمانی، سازماندهی مجدد و تغییرات وسیع در سیستم سازمانی یک سازمان است (Zahra, 1991, 1993; Henionen & et al, 2003)

مدل مفهومی در این تحقیق را می توان بر اساس مدل آنتونیک^۱ و هیسریچ^۲ (۲۰۰۱) و طراحی شده است؛ به عبارت دیگر، پایه مدل مفهومی تحقیق حاضر براساس مدل کارآفرینی سازمانی ایشان تشکیل می دهد.

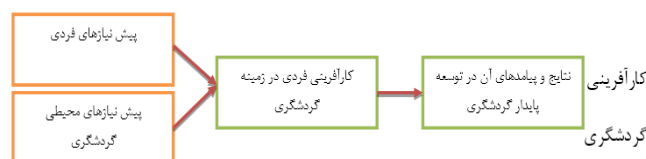


شکل (۱): مدل کارآفرینی سازمانی

منبع: Antoncic & Hisrich, 2001.

با توجه به ادبیات موجود، تحقیق حاضر پدیده ی کارآفرینی گردشگری در زمینه توسعه پایدار گردشگری را در قالب چهار بعد یا مولفه اصلی بررسی می کند که عبارتند از: ۱- نوآوری در زمینه توسعه پایدار گردشگری؛ ۲- پیشگامی در زمینه توسعه پایدار گردشگری؛ ۳- نوسازی راهبردی در زمینه توسعه پایدار گردشگری و ۴- ریسک پذیری حساب شده در زمینه توسعه پایدار گردشگری.

براساس مدل مفهومی ارائه شده، مدل مفهومی پیشنهادی در این تحقیق به صورت زیر می باشد:



۱. Antoncic

۲. Hisrich

شکل ۱: مدل کارآفرینی گردشگری

پیشینه تحقیق

جعفر^۱ و همکاران (۲۰۱۵) در مقاله‌ای به بررسی کارآفرینی و رشد گردشگری در توسعه کوهپایه‌های روستایی پرداختند. نتایج نشان داده که بیشتر کارآفرینان، زن و میانسال یا مسن هستند و از نظر سواد در سطح پایینی قرار دارند. اغلب این افراد با پس‌انداز شخصی خود این شرکت‌ها را راه‌اندازی کرده و به فعالیت تجاری مشغولند و با وجود رکود فصلی در تعداد گردشگران، برخورداری از حداقل سود و نیز فقدان دانش و مهارت لازم در گردشگری، زمینه‌ی اشتغال را برای طیف وسیعی از افراد ایجاد می‌کنند. شرکت‌کنندگان در این پژوهش از هیچ‌گونه حمایت و یا آموزشی از سوی دولت برخوردار نیستند. از این‌رو انگیزه‌ی کمی در میان اهالی محلی برای شرکت در فعالیت‌های وابسته به گردشگری وجود دارد. ییلماز^۲ و همکاران (۲۰۱۵) در مقاله‌ای بررسی کرده‌اند که آیا کشورهای اسلامی در جریان رشد اقتصادی و نیز در فرآیند تحولات ساختاری در بخش گردشگری جهانی به اندازه‌ی کافی سهم دارند و آیا بخشی از این سهم در هدایت کارآفرینی گردشگری در ترکیه جاری شده است یا خیر؟ حسام و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله‌ای وضعیت توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی را مورد سنجش قرار دادند و روستاهایی که در دهستان استرآباد جنوبی شهرستان گرگان از نظر توسعه کارآفرینی بهترین وضعیت را داشتند شناسایی نمودند. بوزرجمهری و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله‌ای عوامل موثر بر رشد کارآفرینی در تقویت جوامع روستایی در راستای توسعه پایدار را مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق حاکی از داشت که کارآفرینی از یک سو، سبب افزایش تولیدات کشاورزی، نوسازی جامعه روستایی، افزایش اشتغالزایی در بخش کشاورزی و تامین امکانات اولیه از جمله غذا، مسکن و غیره شده است و از سوی دیگر، زمینه را برای سرمایه‌گذاری مؤسسات مالی در جهت ارتقاء و بهبود کیفیت زندگی روستائیان، ارائه خدمات مشاوره و نیز برگزاری دوره‌های آموزشی برای راه‌اندازی کسب و کارهای غیرکشاورزی شده است. آکریوس^۳ و همکاران (۲۰۱۴) در مقاله‌ای به بررسی میزان استفاده از منابع پایدار در کارآفرینی گردشگری در منطقه‌ی اوریتانیای یونان پرداختند. همچنین در این پژوهش تأثیر جریان و سبک توسعه‌ی گردشگری پایدار بر فعالیت‌های کارآفرینی در بخش گردشگری در حضور ترکیبی از عوامل زمینه‌ای مورد بررسی قرار گرفته است. از مهم‌ترین نتایج بدست آمده این است که منابع پایدار به درستی و به طور کامل مورد استفاده قرار نمی‌گیرند و این امر به شرایط منفی اقتصادی در صنعت گردشگری و بحران‌های موجود برمی‌گردد که منجر به سوددهی کم می‌شود. یافته‌های دیگر حاکی از آنند که رویکرد کارآفرینان اینست که گردشگری به محیط‌زیست آسیب نمی‌رساند از این‌رو نیازی نیست که آنان نسبت به محیط زیست حساس باشند. در میان کارآفرینان گردشگری و مقامات محلی، روحیه‌ی کار گروهی دیده نمی‌شود اگرچه که آنها معتقدند که راهبرد مناسبی برای پیشرفت و ترقی اتخاذ شده است. ولائی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان تحلیل عوامل موثر بر توسعه پایدار روستایی با تأکید بر کارآفرینی به این نتیجه دست یافتند که مهم‌ترین عاملی که موجب توسعه پایدار روستایی شده است، عامل فردی و اقتصادی می‌باشد. به طوری که با بالا رفتن میزان تسهیلات دریافتی از قبیل وام‌های خوداشتغالی، منابع مالی لازم و کافی، تنوع شغلی موجب افزایش انگیزه و روحیه فردی در جهت توسعه و گسترش کارآفرینی در دهستان مرحمت‌آباد شده است. همچنین عامل زیرساختی کمترین تأثیر را در بین عامل‌های هشت‌گانه در توسعه کارآفرینی منطقه داشته است. صادقی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای محدودیت‌ها و ظرفیت‌های توسعه پایدار در روستاهای مرزی شرق ایران را مورد بررسی قرار دادند. نتایج این تحقیق نشان داد که وضعیت اقتصادی و اجتماعی روستاهای مرزی در سطح نامطلوبی قرار دارد که شرایط زیست محیطی، مدیریتی-امنیتی و عدم توجه به ظرفیت‌های منطقه در این زمینه مؤثر است. در سنجش میزان تأثیرگذاری و تفاوت عوامل، شاخص امنیت و مدیریت کمترین میانگین و شاخص زیربنایی بیشترین میانگین را برخوردار می‌باشد. همچنین بین شاخص‌ها رابطه وجود دارد که با بهبود ظرفیت هر یک از این شاخص‌ها، سایر ظرفیت‌ها هم بهبود پیدا می‌کند. شفیعیان و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای به شناسایی و اولویت‌بندی فرصت‌های خرد کارآفرینی گردشگری مذهبی داخلی شهر مشهد پرداخته‌اند. نتایج تحقیق بیانگر آن بود که مقیاس فرصت برای تمامی مولفه‌های فرصت (مسیر سفر، مقصد گردشگری، جاذبه‌های خاص مذهبی و جذابیت‌های مدیریتی و نوآورانه) در سطح خطای ۰/۰۵ درصد معنی‌دار می‌باشد. همچنین ایشان به معرفی مدل مفهومی شناسایی فرصت‌های گردشگری مذهبی و

۱. Jaafar

۲. Yilmaza

۳. Akrivosa

بررسی تحولات زمانی آنها پرداخته‌اند. تسونیو و کارونیا^۱ (۲۰۱۳) در مقاله‌ای به بررسی این مسأله می‌پردازد که مؤسسات مالی کوچک و غیررسمی (IMFIs) چگونه از طریق فراهم آوردن فرصت‌های اعتباری اندک و نیز ایجاد موقعیت‌های پیشرفت برای شرکت‌های کوچک گردشگری (STFs) و نیز از طریق تضمین پروژه‌های اشتراکی و فعالیت‌های معاضدتی که فعالیت‌های تجاری را در شرکت‌های کوچک گردشگری تقویت می‌کنند، از کارآفرینی در صنعت گردشگری توسعه گستر حمایت می‌کنند. نمونه‌ی موردی در این مقاله کشور کامرون می‌باشد و چالش‌های راهبردی مهم در مقصد گردشگری در پژوهش ایشان از اهمیت بالایی برخوردار است چرا که در مقصدهای گردشگری، محدودیت‌های قانونی باعث می‌شوند که شرکت‌های گردشگری کوچک به جای اینکه به مؤسسات مالی رسمی و قانونی وابسته و متکی باشند، بسیار وابسته به مؤسسات مالی غیررسمی و کوچک باشند.

بنابراین پژوهش حاضر در راستای کار محققان پیشین و با تاکید بر نتایج تحقیقات ایشان در پی آن است تا کارآفرینی در عرصه گردشگری شهری شهر ایلام و رابطه آن با توسعه پایدار گردشگری را مورد بررسی قرار دهد. لذا با توجه به نتایج که پژوهشگران پیشین به دست آورده‌اند می‌توان گفت تاکنون توسعه پایدار شهری از این جهت کمتر مورد بررسی قرار گرفته به‌طوری‌که پژوهشی که نقش این دو مقوله را به طور همزمان در توسعه پایدار شهری به ویژه در شهر ایلام انجام گرفته باشد یافت نشد و یا اینکه این دو مقوله را در روستاها مورد بررسی قرار داده‌اند. بنابراین در این مقاله سعی بر آنست تا توسعه پایدار شهری از این منظر مورد مطالعه قرار گیرد.

مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر به روش توصیفی^۲ تحلیلی و از نوع کاربردی است. به منظور جمع‌آوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای و پیمایشی، استفاده شده است. تحقیق دارای دو قسمت اسنادی و کمی است که در قسمت اسنادی از طریق مطالعه کتابخانه‌ای به جمع‌آوری ادبیات و پیشینه تحقیق پرداخته شد. در قسمت کمی که شامل پیمایش میدانی است ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه می‌باشد. بر این اساس متغیرهای توصیفی و تبیینی مورد نیاز برای سنجش مفاهیم کارآفرینی، گردشگری و توسعه پایدار به صورت ترکیبی با استفاده از پرسشنامه و لائی و همکاران (۱۳۹۴) تعیین شد. بر این اساس متغیرهایی که ایشان به کار برده بودند با استفاده از نظر اساتید و کارشناسان متناسب‌سازی شد و سوالات مبتنی بر فرضیات موردنظر پژوهش دسته‌بندی و طراحی شد. شاخص‌هایی که در این پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرند ۵ شاخص اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی، محیطی و فردی هستند که در پرسشنامه دسته‌بندی شده‌اند. سپس با استفاده از آلفای کرونباخ پایایی پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفت که آلفای محاسبه شده (آلفای کرونباخ=۰/۸۳۱) پایایی بالای پرسشنامه را نشان می‌دهد. برای انتخاب تعداد نمونه لازم جهت تکمیل پرسشنامه از فرمول اصلاح شده کوکران استفاده شد که با ضریب اطمینان ۹۵ درصد، ۳۸۴ نمونه در کل شهر به روش تصادفی انتخاب شد. در ادامه به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات به‌دست آمده از آزمون تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزار SPSS استفاده شد.

براساس هدف و سوال اصلی پژوهش فرضیات زیر مطرح می‌گردد:

فرضیه اصلی پژوهش: گردشگری شهری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری در شهر ایلام تأثیر دارد.

فرضیات فرعی:

- ۱- عامل اقتصادی در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارد.
- ۲- عامل اجتماعی در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارد.
- ۳- عامل زیرساختی-محیطی در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارد.
- ۴- عامل فردی در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارد.

یافته‌های تحقیق

^۱ . Tsionou & Karoulia

جدول (۱) فراوانی جنسیت را نشان می‌دهد و همانطور که مشاهده می‌شود تقریباً فراوانی جنسیت از نسبت متناسبی برخوردار است.

جدول (۱): فراوانی جنسیت پاسخ دهندگان

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
زن	۱۹۱	۴۹/۷
مرد	۱۹۳	۵۰/۳
جمع	۳۸۴	۱۰۰

جدول (۲) فراوانی سن را نشان می‌دهد و همانطور که مشاهده می‌شود بیشترین فراوانی مربوط به سن ۳۰ تا ۴۰ سال می‌باشد.

جدول (۲): فراوانی سن پاسخ دهندگان

سن	فراوانی	درصد فراوانی
۲-۳۰ سال	۱۲۵	۳۲/۶
۳۰ تا ۴۰ سال	۱۷۶	۴۵/۸
۴۰ تا ۵۰ سال	۷۳	۱۹
۵۰-۶۰ سال	۱۰	۲/۶
جمع	۳۸۴	۱۰۰

جدول (۳) فراوانی تحصیلات را نشان می‌دهد و همانطور که مشاهده می‌شود بیشترین فراوانی مربوط به لیسانس با ۴۸/۲ درصد می‌باشد.

جدول (۳): فراوانی تحصیلات پاسخ دهندگان

تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
زیر دیپلم	۴۵	۱۱/۷
دیپلم	۵۷	۱۴/۸
فوق دیپلم	۳۴	۸/۹
لیسانس	۱۹۲	۵۰
فوق لیسانس و بالاتر	۵۶	۱۴/۶
جمع	۳۸۴	۱۰۰

جدول (۴) فراوانی تأهل را نشان می‌دهد و همانطور که مشاهده می‌شود حدود ۵۱/۶ درصد پاسخ دهندگان را مجرد و ۴۸/۴ درصد متأهل تشکیل می‌دهد.

جدول (۴): فراوانی تأهل پاسخ دهندگان

تأهل	فراوانی	درصد فراوانی
مجرد	۱۹۸	۵۱/۶
متاهل	۱۸۶	۴۸/۴
جمع	۳۸۴	۱۰۰

جدول (۵) فراوانی شغل را نشان می‌دهد و همانطور که مشاهده می‌شود بیشتر پاسخ دهندگان را افراد بیکار با ۲۸/۶ درصد هستند.

جدول (۵): فراوانی شغل پاسخ‌دهندگان

شغل	فراوانی	درصد فراوانی
آزاد	۹۰	۲۳/۴
دولتی	۲۳	۶
دانشجو	۸۹	۲۳/۲
بیکار	۱۰۴	۲۷/۱
خانه دار	۷۸	۲۰/۳
جمع	۳۸۴	۱۰۰

آزمون فرضیات

تحلیل نظر پاسخگویان برای بررسی عوامل (اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی-محیطی و فردی) گردشگری شهری تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری با استفاده از تحلیل عاملی انجام شد. برای تعیین مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی از ضریب KMO و آزمون بارتلت استفاده شد. مقدار KMO برای عامل‌های اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی-محیطی و فردی به ترتیب با (۰/۸۰۰)، (۰/۶۹۴)، (۰/۷۸۷) و (۰/۶۵۷) و همچنین مقدار آماره آزمون بارتلت برای هر یک از عامل‌ها به ترتیب (۲۶۷۵/۹۹۰)، (۷۶۵/۵۷۴)، (۱۲۷۳/۱۴۹) و (۱۳۵۷/۹۲۸) و (P=۰/۰۰۰) به دست آمد و این بدین معناست که داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب هستند.

جدول (۶): ضریب KMO و آزمون بارتلت در چرخش تحلیل عوامل

عامل‌ها	KMO	آزمون بارتلت	سطح معنی داری
اقتصادی	۰/۸۰۰	۲۶۷۵/۹۹۰	/۰۰۰
اجتماعی	۰/۶۹۴	۷۶۵/۵۷۴	/۰۰۰
زیرساختی-محیطی	۰/۷۸۷	۱۲۷۳/۱۴۹	/۰۰۰
فردی	۰/۶۵۷	۱۳۵۷/۹۲۸	/۰۰۰

در این تحقیق پنج عامل اقتصادی با مقادیر ویژه بالاتر از یک استخراج شدند که در مجموع ۶۳/۹۲۴ درصد از واریانس کل عامل‌ها را تبیین می‌کردند و ۳۶/۰۷۶ درصد باقیمانده مربوط به عواملی بود که در تحلیل عاملی شناسایی نشده بودند. بعد از چرخش واریماکس عامل‌های مزبور به ترتیب نام‌گذاری شدند: ۱- حمایت دولت، شورای شهر و سرمایه‌گذاران از کارآفرینان، ۲- وجود منابع مالی و عوامل تولید، ۳- رضایت از شغل و محیط کسب و کار، ۴- وجود شبکه‌های تولیدی کافی و ۵- وجود بازار مناسب برای عرضه محصولات تولیدی. همانطور که در جدول (۷) آمده است مقدار ویژه عامل اول یعنی حمایت دولت، شورای شهر و سرمایه‌گذاران از کارآفرینان از تمامی عوامل دیگر بیشتر است (۵/۳۵۱) که در مجموع ۲۹/۷۳۰ درصد از واریانس کل را به خود اختصاص داده است و آخرین عامل یعنی وجود بازار مناسب برای عرضه محصولات تولیدی با مقدار ویژه ۱/۰۲۳ کمترین میزان از واریانس کل (۵/۶۸۲) را تبیین نموده است.

جدول (۷): ماتریس عوامل اقتصادی چرخ یافته با روش واریماکس

اشتراکات	عامل‌ها					گویه‌ها
	۵	۴	۳	۲	۱	
حمایت دولت از کارآفرینان گردشگری و سازمان‌های غیردولتی کارآفرینی	۰/۷۰۴				۰/۷۲۲	
رضایت از محیط کسب و کار در زمینه گردشگری	۰/۵۳۸		-۰/۵۱۲		۰/۷۲۱	

۰/۵۵۳	۰/۷۰۴				رضایت از خدمات ارتباطی		
۰/۳۱۲	۰/۶۹۸				تنوع شغلی در زمینه گردشگری		
۰/۳۱۴	۰/۶۶۶				رضایت از شغل		
۰/۷۸۱	۰/۶۴۱				رضایت از وضعیت مسکن		
۰/۶۶۳	۰/۶۰۷				حمایت شورای شهر و شهرداری از افراد سرمایه‌گذار		
۰/۳۸۰	۰/۶۰۵				تشویق زنان و جوانان به منظور ایجاد کسب و کارهای جدید گردشگری		
۰/۵۹۰	۰/۵۹۶				اطلاع از وضعیت اقتصادی و بازار و نرخ محصولات در بازار		
۰/۷۲۴	۰/۵۵۶				حمایت کسب و کار و فعالیت‌های گردشگری از سوی سرمایه‌گذاران دولتی و خصوصی		
۰/۶۲۸	۰/۵۲۰				تنوع محصولات و خدمات ارائه شده به گردشگران		
۰/۴۲۷	۰/۴۷۶	۰/۴۱۹	-۰/۴۵۴		وجود شبکه تولیدی محلی کافی در سطح شهر		
۰/۴۷۵	۰/۷۸۶				استفاده از تسهیلات و وام‌های اعتباری برای کسب و کار جدید در زمینه گردشگری		
۰/۸۳۲	۰/۷۲۶				وجود منابع مالی لازم به منظور انجام فعالیت‌های کسب و کار در زمینه گردشگری		
۰/۵۴۹	۰/۶۸۰				وجود بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی به گردشگران		
۰/۴۷۰	۰/۴۹۷				وجود عوامل تولید (زمین، نیروی انسانی و سرمایه) در شهر در زمینه گردشگری		
۰/۱۳۷					وجود ماشین‌آلات و ابزارآلات مدرن در زمینه اجرای فعالیت‌های گردشگری در شهر		
۰/۱۰۳					تولید ابزارهای مورد نیاز به منظور آسان شدن فعالیت‌ها در زمینه گردشگری		
		۱/۰۲۳	۱/۲۱۱	۱/۴۶۶	۲/۴۵۵	۵/۳۵۱	ارزش ویژه
		۵/۶۸۲	۶/۷۲۷	۸/۱۴۶	۱۳/۶۳۸	۲۹/۷۳۰	واریانس

در بخش عامل‌های اجتماعی تأثیرگذار بر کارآفرینی و توسعه پایدار چهار عامل با مقادیر ویژه بالاتر از یک استخراج شدند که در مجموع ۶۶/۸۳۹ درصد از واریانس کل عامل‌ها را تبیین می‌کردند و ۳۳/۱۶۱ درصد باقیمانده مربوط به عواملی بود که در تحلیل عاملی شناسایی نشده بودند. بعد از چرخش واریماکس عامل‌های مزبور به ترتیب نام‌گذاری شدند: ۱- مشارکت دادن زنان و دختران، ۲- آگاهی در زمینه کسب و کار جدید، ۳- همکاری شوراها و شهرداری با کارآفرینان و ۴- آگاهی نسبت به نیاز گردشگران و مصرف‌کنندگان محصول و خدمت. همانطور که در جدول (۸) آمده است مقدار ویژه عامل اول یعنی مشارکت دادن زنان و دختران از تمامی عوامل دیگر بیشتر است (۲/۴۹۵) که در مجموع ۲۴/۹۵۱ درصد از واریانس کل را به خود اختصاص داده است و آخرین عامل آگاهی نسبت به نیاز گردشگران و مصرف‌کنندگان محصول و خدمت با مقدار ویژه ۱/۰۱۷ کمترین میزان از واریانس کل (۱۰/۱۶۹) را تبیین نموده است.

جدول (۸): ماتریس عوامل اجتماعی چرخ یافته با روش واریماکس

اشتراکات	گویه‌ها			
	۱	۲	۳	۴
۰/۰۵۵	۰/۷۹۱			
شرکت دادن زنان و دختران در فعالیت‌های کارآفرینانه گردشگری				
۰/۰۸۸	۰/۷۱۹			
تمایل به سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری				
۰/۶۳۵	۰/۷۱۲			
شرکت در کلاس‌های آموزشی و مشاوره‌ای در زمینه کسب و کارهای گردشگری				
۰/۵۶۴	۰/۷۸۴	-۰/۶۰۸		
آگاهی نسبت به نیاز گردشگران و مصرف‌کنندگان محصول و خدمت خود				
۰/۵۳۱	۰/۶۵۷			
آگاهی در زمینه کسب و کارهای جدید و گردشگری				
۰/۹۹۹	۰/۶۳۰			
آگاهی نسبت به چگونگی ارائه خدمات و فروش محصولات				
۰/۵۲۷	۰/۴۸۸			
آگاهی از میزان منافع حاصل از کارآفرینی				
۰/۴۱۱		۰/۹۴۱		
فعالیت زیاد شورای شهر و شهرداری جهت ایجاد گسترش کارآفرینی و گردشگری				
۰/۲۶۸				
شرکت در تصمیم‌گیری و اجرای فعالیت‌های مختلف گردشگری				
۰/۹۹۹				
شناسایی و به کارگیری افراد خلاق و نوآور در زمینه کسب و کار خود				

ارزش ویژه	۲/۴۹۵	۲/۰۴۳	۱/۱۲۹	۱/۰۱۷
واریانس	۲۴/۹۵۱	۲۰/۴۳۴	۱۱/۲۸۶	۱۰/۱۶۹

در بخش عامل‌های زیرساختی-محیطی تأثیرگذار بر کارآفرینی و توسعه پایدار سه عامل با مقادیر ویژه بالاتر از یک استخراج شدند که در مجموع ۵۸/۲۵۳ درصد از واریانس کل عامل‌ها را تبیین می‌کردند و ۴۱/۷۴۷ درصد باقیمانده مربوط به عواملی بود که در تحلیل عاملی شناسایی نشده بودند. بعد از چرخش واریماکس عامل‌های مزبور به ترتیب نام‌گذاری شدند: ۱-وجود زیرساخت‌های فیزیکی، عمومی و نیروی انسانی ماهر، ۲-توزیع بهینه منابع و خدمات دولتی در سطح شهر و ۳-استفاده بهینه از فرصت‌های بالقوه و بالفعل محیط همانطور که در جدول (۹) آمده است مقدار ویژه عامل اول یعنی وجود زیرساخت‌های فیزیکی، عمومی و نیروی انسانی ماهر از تمامی عوامل دیگر بیشتر است (۳/۹۹۱) که در مجموع ۳۶/۲۸۳ درصد از واریانس کل را به خود اختصاص داده است و آخرین عامل یعنی استفاده بهینه از فرصت‌های بالقوه و بالفعل محیط با مقدار ویژه ۱/۱۴۶ کمترین میزان از واریانس کل (۱۰/۴۱۷) را تبیین نموده است.

جدول (۷): ماتریس عوامل زیرساختی-محیطی چرخش یافته با روش واریماکس

اشتراکات	گویه‌ها		
	۱	۲	۳
وجود وسیله نقلیه به منظور حمل کالا به بازار و مراکز فروش و همچنین جابجایی گردشگران	۰/۷۹۳		۰/۵۰۶
استفاده بهینه از فرصت‌های بالقوه و بالفعل محیط اطراف خود	۰/۷۰۹	۰/۷۰۱	۰/۴۸۹
وجود زیرساخت‌های عمومی مناسب همچون برق، آب، گاز و تلفن	۰/۶۹۳		۰/۶۹۰
وجود زیرساخت‌های فیزیکی مناسبی در سطح شهر	۰/۶۸۰		۰/۳۳۹
رعایت بعد زیست محیطی در انجام فعالیت و کسب و کار خود	۰/۵۴۵		۰/۳۸۳
وجود نیروی انسانی ماهر، باسواد و باتجربه در زمینه گردشگری برای شروع کسب و کار جدید	۰/۵۴۵		۰/۹۹۹
توزیع بهینه منابع لازم جهت شروع کسب و کار (نیروی انسانی، سرمایه و زمین) در سطح شهر	۰/۴۴۸	۰/۴۱۳	۰/۴۴۲
توزیع بهینه خدمات دولتی در سطح شهر	۰/۷۸۲	۰/۴۹۸	۰/۹۹۹
ساماندهی بهینه آلودگی‌ها و ضایعات فعالیت کسب و کارهای گردشگری			۰/۰۰۴
در نظر گرفتن نوع اقلیم و آب و هوا در انجام کسب و کارهای گردشگری			۰/۰۴۴
وجود منابع آب و خاک مناسب جهت انجام فعالیت‌های گردشگری و کارآفرینی			۰/۰۴۲
ارزش ویژه	۳/۹۹۱	۱/۲۷۱	۱/۱۴۶
واریانس	۳۶/۲۸۳	۱۱/۵۵۳	۱۰/۴۱۷

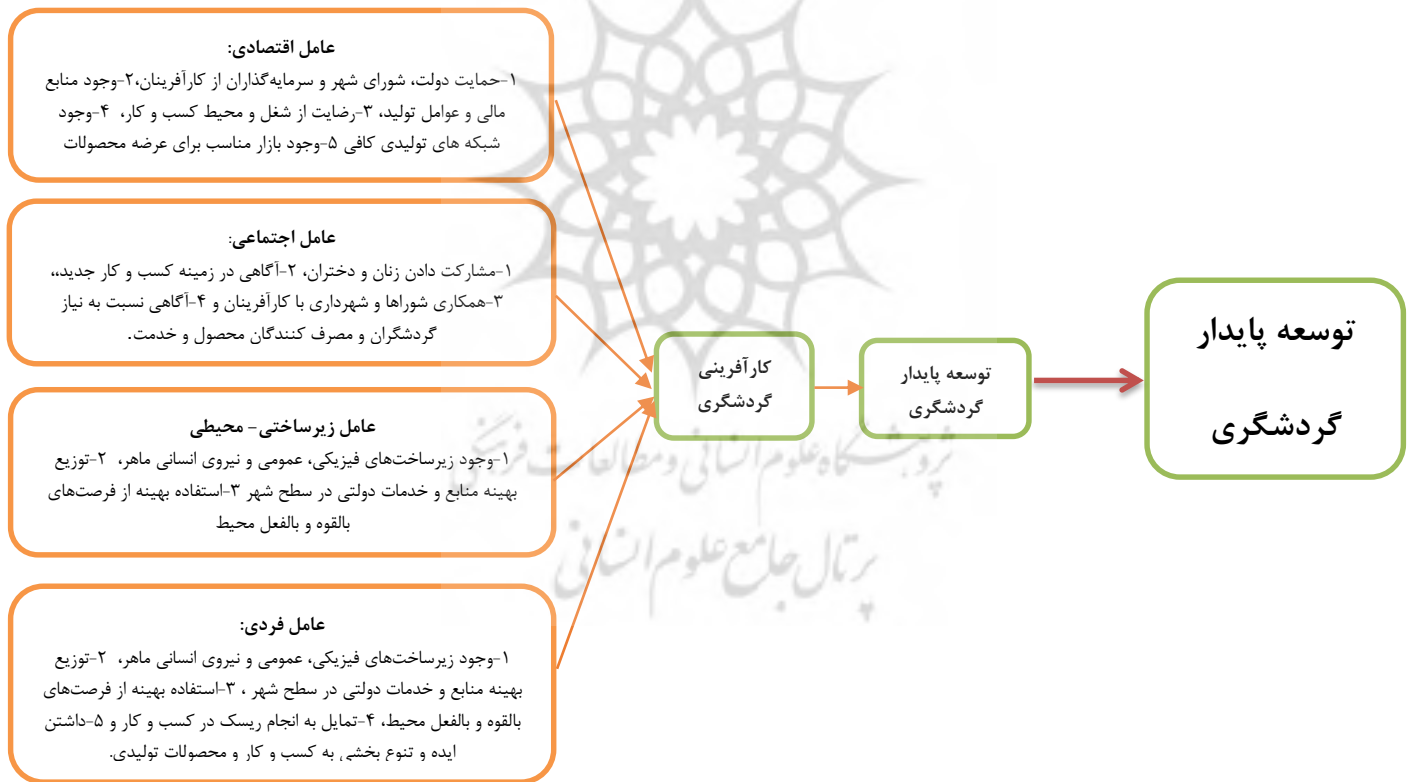
در بخش عامل‌های فردی تأثیرگذار بر کارآفرینی و توسعه پایدار پنج عامل با مقادیر ویژه بالاتر از یک استخراج شدند که در مجموع ۶۳/۰۱۷ درصد از واریانس کل عامل‌ها را تبیین می‌کردند و ۳۶/۹۸۳ درصد باقیمانده مربوط به عواملی بود که در تحلیل عاملی شناسایی نشده بودند. بعد از چرخش واریماکس عامل‌های مزبور به ترتیب نام‌گذاری شدند: ۱-تمایل به تغییر در کیفیت زندگی، ۲-توانایی مقابله با چالش‌ها و مشکلات، ۳-استفاده از روش‌های جدید برای حل مشکلات، ۴-تمایل به انجام ریسک در کسب و کار و ۵-داشتن ایده و تنوع بخشی به کسب و کار و محصولات تولیدی. همانطور که در جدول (۱۰) آمده است مقدار ویژه عامل اول یعنی تمایل به تغییر در کیفیت زندگی از تمامی عوامل دیگر بیشتر است (۲/۹۲۰) که در مجموع ۲۰/۸۵۸ درصد از واریانس کل را به خود اختصاص داده است و آخرین عامل یعنی داشتن ایده و تنوع بخشی به کسب و کار و محصولات تولیدی با مقدار ویژه ۱/۰۲۲ کمترین میزان از واریانس کل (۷/۲۹۹) را تبیین نموده است.

جدول (۱۰): ماتریس عوامل فردی چرخش یافته با روش واریماکس

اشتراکات	گویه‌ها				
	۱	۲	۳	۴	۵

فصلنامه مطالعات عمران شهری

۰/۲۶۲	۰/۹۳۳	تمایل به تغییر در کیفیت زندگی				
۰/۴۲۵	۰/۸۹۹	توجه به تغییرات محل زندگی و محیط شهر				
۰/۴۳۴	۰/۵۳۸	دارا بودن اعتماد به نفس و اتکا به خود				
۰/۲۸۶	۰/۵۱۴	توجه به آینده خود و خانواده				
۰/۴۹۰		دارا بودن روحیه بلندپروازانه				
۰/۲۴۵	۰/۶۴۵	توانایی مقابله با چالشها و مشکلات				
۰/۷۲۲	۰/۴۹۶	۰/۴۳۸	عدم استرس در موقعیت های سخت و مشکل			
۰/۱۱۷	۰/۴۱۱	۰/۴۷۱	توانایی تنوع بخشی به محصولات و خدمات گردشگری			
۰/۲۲۷			توانایی تولید ابزار به منظور آسان شدن فعالیت ها			
۰/۵۰۰	۰/۶۲۷		توانایی کشف و تلفیق راه و روش های جدید برای حل یک مشکل			
۰/۳۹۴	۰/۴۶۹		تمایل به استفاده از روش های مدرن به جای روش های سنتی در اجرای کسب و کار			
۰/۹۱۸	۰/۸۴۵		تمایل به انجام ریسک حساب شده در کسب و کار			
۰/۸۵۰	۰/۴۸۸		داشتن ایده های جدید و متنوع در زمینه کسب و کارهای گردشگری			
۰/۳۸۳	-۰/۴۶۳		ممکن دانستن چیزی که دیگران انجام آن را مشکل می دانند			
	۱/۰۲۲	۱/۲۳۰	۱/۲۸۹	۲/۳۶۱	۲/۹۲۰	ارزش ویژه
	۷/۲۹۹	۸/۷۸۷	۹/۲۱۰	۱۶/۸۶۳	۲۰/۸۵۸	واریانس



شکل (۳): مدل به دست آمده از تحلیل داده ها

بحث و نتیجه گیری

هدف از پژوهش حاضر بررسی گردشگری شهری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری در شهر ایلام بود که نتایج تحلیل داده ها و مطالعات به صورت توصیفی و استنباطی ارائه می شود:

بررسی آمار توصیفی داده‌ها نشان داد که فراوانی جنسیت پاسخ‌دهندگان از نسبت متناسبی برخوردار است، بیشترین فراوانی رنج سنی مربوط به سن ۳۰ تا ۴۰ سال و تحصیلات بیشتر افراد نمونه بیشترین لیسانس با ۴۸/۲ درصد می‌باشد. حدود ۵۲ درصد پاسخ‌دهندگان را مجرد و ۴۸ درصد متأهل تشکیل می‌دهد. و بیشتر پاسخ‌دهندگان افراد بیکار با ۲۷/۱ هستند.

بررسی آمار استنباطی نشان داد که عامل‌های اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی، محیطی و فردی گردشگری شهری از عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری هستند و این نتایج مدل مفهومی نظری را تأیید و در جهت توسعه و متناسب‌سازی مدل مفهومی براساس نتایج تحقیق مدل نظری توسعه داده شد.

براساس نتایج به دست آمده می‌توان گفت که فرضیه اصلی تحقیق تأیید می‌گردد، به عبارتی گردشگری شهری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری در شهر ایلام تأثیر دارد. نتایج بررسی این فرضیه با نتایج تحقیق جعفر و همکاران (۲۰۱۵)، بوزرجمهری و همکاران (۱۳۹۴)، آکریووس و همکاران (۲۰۱۴)، ولایی و همکاران (۱۳۹۳) همخوانی دارد.

بررسی فرضیه فرعی اول نیز نشان داد که عامل اقتصادی در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارد. به عبارتی این فرضیه تأیید شد. عامل اقتصادی از طریق حمایت دولت، شورای شهر و سرمایه‌گذاران از کارآفرینان، وجود منابع مالی و عوامل تولید، رضایت از شغل و محیط کسب و کار، وجود شبکه‌های تولیدی کافی و وجود بازار مناسب برای عرضه محصولات تولیدی در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری تأثیر زیادی دارد. نتایج حاصل از بررسی این فرضیه با نتایج تحقیق جعفر و همکاران (۲۰۱۵)، آکریووس و همکاران (۲۰۱۴)، ولایی و همکاران (۱۳۹۳) هم‌راستا می‌باشد.

نتایج حاصل از بررسی فرضیه فرعی دوم حاکی از تأیید این فرضیه داشت، به عبارتی عامل اجتماعی در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارد. مشارکت دادن زنان و دختران در کسب و کارهای گردشگری، آگاهی در زمینه کسب و کار جدید، همکاری شوراها و شهرداری با کارآفرینان و آگاهی نسبت به نیاز گردشگران و مصرف‌کنندگان محصول و خدمت از مهمترین عامل‌های اجتماعی تأثیرگذار بر توسعه پایدار شناسایی شد. نتایج بررسی این فرضیه با پژوهش جعفر و همکاران (۲۰۱۵)، بوزرجمهری و همکاران (۱۳۹۴) هم‌راستا می‌باشد.

بررسی فرضیه سوم نشان داد که عامل زیرساختی-محیطی در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارد و وجود زیرساخت‌های فیزیکی، عمومی و نیروی انسانی ماهر، توزیع بهینه منابع و خدمات دولتی در سطح شهر و استفاده بهینه از فرصت‌های بالقوه و بالفعل محیط از مهمترین عوامل زیرساختی-محیطی شناسایی شد. این نتایج با نتایج پژوهش آکریووس و همکاران (۲۰۱۴)، ولایی و همکاران (۱۳۹۳) هم‌راستا می‌باشد.

براساس بررسی داده‌ها فرضیه فرعی چهارم نیز تأیید شد، به عبارتی عامل فردی در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارد. وجود زیرساخت‌های فیزیکی، عمومی و نیروی انسانی ماهر، توزیع بهینه منابع و خدمات دولتی در سطح شهر، استفاده بهینه از فرصت‌های بالقوه و بالفعل محیط، تمایل به انجام ریسک در کسب و کار و داشتن ایده و تنوع بخشی به کسب و کار و محصولات تولیدی از تأثیرگذارترین عامل‌های فردی مورد بررسی در این پژوهش شناسایی شد. نتایج بررسی این فرضیه با پژوهش‌های ولایی و همکاران (۱۳۹۳) و جعفر و همکاران (۲۰۱۵) هم‌راستا می‌باشد.

براساس نتایج حاصل از بررسی فرضیات می‌توان به عنوان نتیجه‌گیری کلی استنباط کرد که تقویت کارآفرینی در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی-محیطی و فردی در مناطق مستعد گردشگری هم موجب استفاده بهینه از منابع موجود می‌شود و هم زمینه‌ساز رشد، شکوفایی و پایداری مکان‌های زندگی شهری است؛ زیرا کارآفرینی با فراهم ساختن درآمد کافی و مناسب برای افراد، ایجاد زمینه‌های اشتغال و غیره ماندگاری در شهرهای کوچکی مانند شهر ایلام را افزایش می‌دهد و مانع از مهاجرت‌های ساکنان به شهرهای بزرگتر خواهد شد. همچنین می‌تواند موجب جذب سرمایه‌ها و نیروهای انسانی بیرونی در محیط شود و پایه‌های توسعه ملی و منطقه‌ای را تقویت کند. البته شهر ایلام تا توسعه گردشگری فاصله بسیاری دارد. لذا برنامه‌ریزان می‌بایست به منظور توسعه گردشگری و کارآفرینی در راستای توسعه پایدار، اولویت‌بندی‌های عوامل تأثیرگذار بر این مقوله را مدنظر قرار دهند و براساس نتایج پژوهش‌های متعددی که در این زمینه قرار گرفته عمل نمایند.

در راستای نتایج حاصل از این پژوهش پیشنهادهاتی به منظور بهبود وضعیت موجود ارائه می‌شود:

- براساس نتایج فرضیه فرعی اول پیشنهاد می‌شود: دولت از طریق دادن تسهیلات کم بهره، معافیت‌های مالیاتی، منابع ارزانتر و ... کارآفرینان را مورد حمایت قرار دهد. شورای شهر و شهرداری از طریق اطلاع‌رسانی در سطح شهر حمایت‌های مالی و منابع تولیدی خود را از کارآفرینان به عمل آورند. طرح‌های کارآفرینی برتر شناسایی و در اختیار سرمایه‌گذارانی که تمایل به سرمایه‌گذاری دارند قرار داده شوند. منابع مالی و منابع مورد نیاز تولید (نیروی انسانی، زمین، سرمایه) در اختیار کارآفرینان قرار داده شود. دولت از طریق ایجاد بازار مناسب برای فروش محصولات تولیدی کارآفرینان احساس رضایت شغلی در آنها ایجاد نماید.
- براساس نتایج فرضیه فرعی دوم پیشنهاد می‌شود: حمایت‌کنندگان کارآفرینی زنان و دختران را از طریق صنایع ایجاد مشاغل خانگی و تولید صنایع دستی وادار به مشارکت در کسب و کارهای کارآفرینی نمایند. به افراد علاقمند به ایجاد کسب و کارهای جدید و کوچک آموزش‌های کارآفرینی داده شود. نیازهای گردشگران و مسافران شناسایی شود و این اطلاعات در اختیار کارآفرینان قرار داده شود.
- براساس نتایج فرضیه سوم پیشنهاد می‌شود: شهرداری و شورای شهر زیرساخت‌های عمومی و فیزیکی شهر (آب، برق، گاز، تلفن و ...) برای کارآفرینان و همچنین گردشگران فراهم سازند. منابع و خدمات دولتی در سطح شهر به صورت بهینه و براساس معیارهای عدالت اجتماعی توزیع شود. از فرصت‌های بالقوه و بالفعل شهر از جمله تولید صنایع دستی، سوغات، جذب گردشگران فرهنگی و اکوتوریستی به دلیل وجود منابع طبیعی و خدادادی حومه شهر استفاده‌های لازم به عمل آید. به طور مثال برگزاری نمایشگاه‌های دائمی و فصلی صنایع دستی و سوغات، برگزاری جشنواره‌ها و مسابقات و ...
- براساس نتایج حاصل از فرضیه چهارم پیشنهاد می‌شود: افراد بااستعداد و ماهر شناسایی و از تفکر و خلاقیت‌های آنها در ایجاد کسب و کارهای جدید بهره‌گیری شود، افرادی که تمایل به انجام ریسک در زمینه ایجاد کسب و کارهای خود دارند حمایت شود، افراد خلاق و کارآفرینان برتری که ایده‌های خلاق و درآمدزا دارند تشویق و از ایده‌های آنها حمایت‌های مالی صورت گیرد.

منابع

- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، پورطاهری، مهدی، فضلی، نفیسه، (۱۳۹۳). «تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی»، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره ۸، صص ۱۰۷-۸۷.
- غلامی‌اوتی، رمضان، نازک‌تبار، حسین، نامدار، عباس (۱۳۸۹)، «بنگاه‌های کسب و کار زنان و نقش آنان بر توسعه پایدار در استان مازندران»، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال اول، ۱۳۳-۱۵۶.
- کیاکجوری، داود، خرمان، مهسا، (۱۳۹۱). «نقش کارآفرینی در توسعه پایدار گردشگری در مناطق روستایی با تکیه بر کارآفرینی سازمانی»، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان.
- دادورخانی، فضیله، رضوانی، محمدرضا، ایمنی قشلاق، سیاوش، بوذرجمهری، خدیجه، (۱۳۹۰). «تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)»، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، شماره ۷۸، صص ۱۹۵-۱۶۹.
- مولدان، بدریج، بیلهارز، سوزان، (۱۳۸۱)، «شاخص‌های توسعه پایدار، ترجمه نشاط حداد تهرانی و دیگران»، تهران: انتشارات سازمان حفاظت محیط زیست.
- پورغلام، هادی (۱۳۹۳)، «مدیریت و توسعه پایدار شهری، همایش معماری و شهرسازی و توسعه پایدار»، مشهد: موسسه آموزش عالی خاوران.
- اسلامی، غلامرضا، (۱۳۸۱)، «مواجهه با مشکلات و توسعه درونزا»، نشریه صفا، شماره ۳۴، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- صرافی، مظفر، (۱۳۷۹)، «شهر پایدار چیست؟»، فصلنامه تحلیلی پژوهشی-آموزشی مدیریت شهری، سال اول، سازمان شهرداری های کشور، تهران: وزارت کشور.
- رومیانی، احمد، بوذرجمهری، خدیجه، اسماعیلی، آسیه، (۱۳۹۴)، «بررسی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در تقویت جوامع روستایی در راستای توسعه پایدار»، همایش ملی چشم انداز توسعه پایدار روستایی در برنامه ششم توسعه کشور، ۴۶۶-۴۵۲.
- لطیفیان، احمد، مولوی، هما (۱۳۹۴)، «اهمیت صنعت گردشگری دریایی در توسعه شهر گیلان»، اولین کنفرانس مدیریت و کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی، ۶-۱.
- شفیعیان، امیرحسین، کریمی دستجردی، داوود، شفیعیان، مهرناز (۱۳۹۳)، «شناسایی و اولویت بندی فرصت های خرد کارآفرینی گردشگری مذهبی داخلی شهر مشهد»، فصلنامه علمی تخصصی گردشگری، دانشکده مدیریت دانشگاه علم و فرهنگ، سال ۲، شماره ۲، ۴۸-۳۷.
- رنجبریان، بهرام، خزائی پول، جواد (۱۳۹۲)، «توسعه مدلی جهت تبیین تأثیر سازه‌های بازاریابی مدیریت شهری بر تمایلات رفتاری نسبت به مقاصد گردشگری شهری»، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، شماره ۳، ۷۳-۵۷.
- پاپلی یزدی، محمد حسین؛ سقایی، مهدی (۱۳۹۱)، «گردشگری ماهیت و مفاهیم»، تهران: انتشارات سمت.
- ولائی، محمد، عبدالهی، عبدالله، منافی آذر، رضا، صفری، نوید (۱۳۹۴)، «تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه پایدار روستایی با تأکید بر کارآفرینی (مطالعه موردی: دهستان مرحمت آباد شمالی-شهرستان میاندوآب)»، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۵، شماره ۱۹، ۱۶۲-۱۴۹.
- حسام، مهدی، نجفی کانی، علی اکبر، آشور، حدیثه، (۱۳۹۴)، «سنجش وضعیت توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی مورد: دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان»، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۴، شماره ۱، ۵۶-۳۷.
- اکبری، کرامت الله، (۱۳۸۵)، «توسعه کارآفرینی (رویکرد آموزشی)»، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول، تهران
- Akrivosa, C., Reklitisb,P., Theodoroyianic, M. (2014) Tourism Entrepreneurship and the Adoption of Sustainable Resources . *The Case of Evritania Prefecture, Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 378 ° 382.
- Alegre. J., & Chiva. R. (2009). Entrepreneurial orientation, organizational learning capability and performance in the ceramic tiles industry . WP-EC 2009-08. available in: <http://www.ivie.es/downloads/docs/wpasec/wpasec-2009pdf>
- Antoncic B. & Hisrich R.D., (2001). Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross- Cultural Validation . *Journal of Business Venturing* 16:495.527.

- Chowdhury, M.S. (2007), Overcoming Entrepreneurship Development Constraints: the Case of Bangladesh , *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol.1, No. 3, PP. 240-251
- Heinonen, J. and Korvela, K. (2003). How About Measuring Intrapreneurship? , *33rd EISB Conference, Milan, Italy*.
- Hough, J. & SCHEEPERS.R. (2008). Creating corporate entrepreneurship through strategic leadership . *Journal of Global Strategic Management*. June2008. Available in:<http://isma.info/dosyalar/5V2H4Q5S4D1H4I1Y.PDF>
- Jaafar, M., Rasoolimanesh, M., Tuan Lonik, K (2015) Tourism growth and entrepreneurship: Empirical analysis of development of rural highlands , *Tourism Management Perspectives*, 14, 17° 24.
- Kreiser, P. M., Marino, L. D. and Weaver, K. M. (2002) Assessing the Psychometric Properties of the Entrepreneurial Orientation Scale: A Multi-Country Analysis , *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26 (4):71-94.
- Maia Lordkipanidze (2002), Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism fo Sustainable Regional Development: The Case of Söderslätt Region, Sweden , *the International Institute for Industrial Environmental Economics (IIIEE); International miljö institute*
- Miles, M, P. , Munilla,S. M. & Darroch,J.(2009). Sustainable corporate entrepreneurship . *International Entrepreneurship and Management Journal*. Vol.5. PP: 65° 76.
- Scheepers, M. J., Hough .J. & Bloom. J.Z. (2008). Nurturing the corporate entrepreneurship capability”. *Southern African Business Review*, Volume 12 Number 3 2008. Available in:http://www.unisa.ac.za/contents/faculties/service_dept/docs/nurturing_SABVI12_3Chap3.pdf
- Schumpeter, Joseph A., (1934) *The theory of economic development* , Harvard University press Cambridge, MA
- Tsiou, T., Karoulia, S (2013), Information gathering in Greek tourism entrepreneurship , *The 2nd International Conference on Integrated Information, Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 73, 607 ° 615.
- Yilmaza, S., Dincera, F., Dincera, (2015), The Economic Contribution of Turkish Tourism Entrepreneurship on the Development of Tourism Movements In Islamic Countries , *World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship, Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 413 ° 422.
- Zahra, S.A. (1993), Environment, corporate entrepreneurship and financial performance: A taxonomic approach . *Journal of Business Venturing*, 8(4): 319-340.
- Zahra, S.A. (1991), Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study . *Journal of Business Venturing*, 6(4): 259° 285.



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی