



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری
سال ششم، شماره‌ی ۲۱، تابستان ۱۳۹۶
صفحات ۷۶-۵۴

سنجش نگرش مردم نسبت به نقش آموزش در تمایل به کارآفرینی بوم‌گردی (مطالعه موردی: منطقه کویری و بیابانی خور و بیابانک)^۱

صدیقه لطفی^۲

مهدی رمضان‌زاده لسبوئی^۳

مهناز ابراهیمیان^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۰/۰۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۶/۰۵

چکیده

مسئله توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، شکل دهنده‌ی مفهوم اقتصاد زیست محیطی در جوامع محلی است که تا حدودی با سایر اشکال کارآفرینی تفاوت دارد. کارآفرینی اکوتوریسم نیازمند یک سری از عوامل بسترساز و فراهم بودن شرایط محیطی برای شکل‌گیری و تحقق است تا منجر به افزایش فرصت‌های کارآفرینی، علاقه، انگیزه و مهارت‌های کارآفرینانه و سازگار با حفظ محیط زیست و نیازهای ذینفعان در حوزه‌ی اکوتوریسم شود. هدف پژوهش حاضر، بررسی میزان آموزش و آگاهی به عنوان دو عامل تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در منطقه کویری و بیابانی خور و بیابانک است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی مبتنی بر پیمایش است. به منظور استخراج متغیرها و شاخص‌های تأثیرگذار از مبانی نظری مرتبط با موضوع استفاده شد. ابزار اصلی در گردآوری داده‌ها، پرسشنامه و مصاحبه است. داده‌های گردآوری شده در پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS پردازش شدند و بر اساس هدف و ماهیت داده‌ها از آزمون‌های آماری فریدمن، تی تک نمونه‌ای و همبستگی پیرسون استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که میزان آموزش، آگاهی، دانش و توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در منطقه مورد نظر در وضعیت مطلوبی قرار دارند. بر اساس نتایج آزمون پیرسون بین توسعه کارآفرینی اکوتوریستی و میزان آموزش و آگاهی رابطه معنادار و همبستگی مثبت (مستقیم) وجود دارد و می‌توان اذعان داشت که با افزایش میزان آموزش و آگاهی، میزان کارآفرینی اکوتوریستی نیز در منطقه مورد نظر توسعه و افزایش پیدا می‌کند.

واژه‌های کلیدی: اکوتوریسم، توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، آموزش و آگاهی، منطقه کویری خور و بیابانک

^۱ این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد، با عنوان «کارآفرینی اجتماعی و نقش آن در توسعه اکوتوریسم (مطالعه موردی: شهرستان خور و بیابانک)» است.

^۲ نویسنده مسئول: استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه مازندران (s.lotfi@umz.ac.ir)

^۳ استادیار گروه جهانگردی دانشگاه مازندران

^۴ دانشجوی کارشناسی ارشد اکوتوریسم دانشگاه مازندران

مقدمه

امروزه نقش و اثرگذاری کارآفرینی بر روند رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورهای توسعه یافته و اشتغال‌زا به طور کامل آشکار شده است. تا آن‌جا که این عصر را برخی از صاحب‌نظران، عصر کارآفرینی نام‌گذاری کرده‌اند (آراستی و غلامی، ۱۳۸۹: ۱۷۴). کارآفرینی را می‌توان یک فرآیند پویا نامید که شامل آرمان، تحول، دگرگونی و خلاقیت می‌شود. این فرآیند به کاربرد و استفاده‌ی نیرو و انگیزه‌ی افراد در جهت خلق و اجرای ایده‌های نو و همچنین راه‌حل‌های کاربردی احتیاج دارد (علی میری، ۱۳۸۷). کارآفرینی نیروی اصلی توسعه اقتصادی محسوب می‌شود که با استفاده از تغییر و نوآوری، رشد تولید و خدمات را ایجاد می‌کند. گردشگری یکی از بخش‌های اقتصادی است که به حد بالایی از مشارکت فعالیت‌های کارآفرینانه احتیاج دارد. پاسخگویی به تقاضای روزافزون و نیازهای مختلف گردشگری نیازمند تنوع خدمات و محصولات گردشگری می‌باشد (لردکیپنیدز^۱، ۲۰۰۵: ۷۸۷). مطالعات مختلف نشان داده است که یکی از مهم‌ترین اهداف توسعه بخش گردشگری و نهایتاً توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال و مهم‌ترین ساز و کار و ابزار آن، کارآفرینی است. در حقیقت ترویج کارآفرینی در گردشگری باعث کاهش بیکاری در این بخش اقتصادی و افزایش بهره‌وری افراد و منابع و بالتبع افزایش درآمد مردم جامعه می‌گردد. اگرچه نباید گفت که کارآفرینی در گردشگری، تنها راه کار اشتغال‌زایی و افزایش درآمدهای این بخش است، اما قطعاً می‌توان گفت که بهترین و بهره‌ورترین نوع آن است (سمیعی و آخوندزاده، ۱۳۹۲: ۹). تحقیقات نشان می‌دهند که کارآفرینی امری آموزش‌پذیر، تقویت‌پذیر و پرورش‌پذیر است. نخستین کشورهایی که در زمینه آموزش کارآفرینی فعالیت‌هایی را انجام دادند انگلیس، امریکا و ژاپن بودند. آموزش کارآفرینی به برنامه‌هایی اشاره دارد که دانش و آگاهی‌های مربوط به کارآفرینی را برای اهداف شغلی ارتقا بخشد و مهارت‌هایی را فراهم کند تا افراد بتوانند با اعتماد به نفس و آگاه به فرصت‌ها، توانایی راه‌اندازی کسب و کاری جدید را به دست آورند. به طور کلی آموزش کارآفرینی فرآیندی نظام‌مند، آگاهانه و هدف‌گراست که طی آن افراد غیر کارآفرین ولی دارای توان بالقوه به صورتی خلاق تربیت می‌شوند (اکبری و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۰۳). بررسی‌های انجام شده بر روی مطالعات تجربی حاکی از آن است که مقوله‌ی کارآفرینی را می‌توان آموزش یا حداقل از این طریق، آن را توسعه بیشتری داد (گورمن^۲ و همکاران، ۱۹۹۷: ۶۳). کارآفرینی اکوتوریسم نیز، نیازمند عوامل بسترساز و فراهم بودن شرایط محیطی برای شکل‌گیری و تحقق است و توسعه کارآفرینی اکوتوریستی یعنی مجموعه‌ای از عوامل و شرایط زمینه‌ای، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و شیوه‌های رفتاری منطبق با اصول کارآفرینی، اکوتوریسم و توسعه‌ی پایدار که با ایجاد سازو کارهای حمایتی، شیوه‌های تشویقی و تولیدی جدید منجر به افزایش فرصت‌های کارآفرینی، علاقه، انگیزه و مهارت‌های کارآفرینانه و سازگار با حفظ محیط زیست و نیازهای ذینفعان در حوزه‌ی

^۱ Lordkipanidz^۲ Gorman

اکوتوریسم می‌شود (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۷۶) با ورود جامعه‌شناسان به عرصه مطالعات و تحقیقات پیرامون کارآفرینی و کارآفرینان، ضرورت کارآفرینی در بخش‌های مختلف به ویژه آموزش کارآفرینی بیش از پیش مشهود گردیده و همین امر موجب افزایش تلاش‌ها برای توسعه کارآفرینی در زمینه گردشگری و آموزش آن در دو دهه گذشته شده است (سمیعی و آخوندزاده، ۱۳۹۲: ۸).

توسعه تفکر کارآفرینی در راستای بهره‌گیری از مزایا الگوی مطلوبی برای منطقه محسوب می‌شود که خود تحت تأثیر عوامل مختلفی مانند پایگاه فردی (سن، جنسیت)، اجتماعی (سطح سواد، میزان آگاهی و آموزش) و غیره قرار می‌گیرند. شهرستان خور و بیابانک که در شرقی‌ترین نقطه استان اصفهان قرار دارد و از شمال به استان سمنان، از جنوب و شرق به استان یزد و از غرب به شهرستان کاشان محدود می‌شود با برخورداری از ظرفیت‌های موجود در زمینه گردشگری به خصوص در زمینه اکوتوریسم در دهه اخیر مورد توجه گردشگران و نیز سرمایه‌گذاران بخش خصوصی قرار گرفته است. در نهایت به نظر می‌رسد با توجه به جایگاه کارآفرینی، اجرای تحقیق کارآفرینی و شناسایی عوامل کارآفرینی به منظور توسعه‌ی اکوتوریسم در منطقه مورد نظر ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. در این پژوهش به بررسی نقش آموزش و آگاهی به عنوان عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در منطقه مورد مطالعه پرداخته شده است.

ادبیات موضوع

مبانی نظری

اکوتوریسم

واژه اکوتوریسم ریشه یونانی دارد که به معنی خانه و کوتاه شده اصطلاح گردشگری اکولوژیکی می‌باشد و پدیده‌ای نسبتاً تازه در صنعت گردشگری است که تنها بخشی از کل صنعت گردشگری را تشکیل می‌دهد (یائوپان^۱ و هاپا^۲، ۲۰۰۴: ۲۴). این شکل از گردشگری فعالیت‌های فراغتی انسان را اغلب در طبیعت امکان‌پذیر می‌سازد و مبتنی بر مسافرت‌های هدفمند همراه با برداشت‌های معنوی، دیدار از جاذبه‌های طبیعی و مطالعه‌ی آن‌ها و بهره‌گیری و لذت‌جویی از پدیده‌های متنوع طبیعت است و بر حفاظت از ارزش‌ها و جاذبه‌های طبیعی تکیه دارد (جیانگ^۳، ۲۰۰۸: ۴۲). انجمن اکوتوریسم که اکنون به عنوان انجمن بین‌المللی شناخته می‌شود اکوتوریسم را چنین تعریف می‌کند « اکوتوریسم سفری مسؤلانه به مناطق طبیعی است که در آن محیط زیست حفظ و بر رفاه مردم محلی تأکید شود » (سیتیو مورانگ^۴ و میرزانتی^۵، ۲۰۱۲: ۲). اکوتوریسم عبارت است از سفر

¹ Nyaupane

² Thapa

³ Jiang

⁴ Situmorang

⁵ Mirzanti

هدف‌دار به طبیعت برای شناخت تاریخ طبیعی و فرهنگی محیط یا پرهیز از ایجاد تغییر در اکوسیستم‌ها و تخریب محیط زیست و ایجاد فعالیت‌های اقتصادی که منجر به بهره‌برداری صحیح از منابع محیط زیستی و اشتغال‌زایی برای اهالی بومی شود (نیک نژاد و همکاران، ۱۳۹۳: ۱). کمپل^۱ (۱۹۹۹) بیان می‌کند که طبیعت‌گردی به توسعه مشاغل کوچک بومی کمک می‌کند، درآمد اقتصادی را افزایش می‌دهد، افراد منطقه را به تداوم شیوه زندگی سنتی و فرهنگ بومی تشویق می‌کند و در نهایت به ارزش‌های جامعه احترام می‌گذارد. در اکوتوریسم هر سه عنصر طبیعت، آموزش، مدیریت پایدار باید به یک اندازه در نظر گرفته شوند اما بر جنبه‌های اقتصاد اکوتوریسم کمتر تأکید می‌شود. بنابراین سطح بالایی از فواید آموزش، حفاظتی، اجتماعی و فرهنگی و سطح پایینی از دست‌یافت‌های اقتصادی را برای رسیدن به هدف غائی ایجاد می‌کند (عبداللهی، ۱۳۸۶).

اکوتوریسم و توسعه اقتصادی

امروزه اکوتوریسم یکی از مولفه‌های اقتصاد سبز دارای سریع‌ترین رشد در صنعت گردشگری است که بر حفاظت از محیط و توسعه اقتصادی و اجتماعی تأکید دارد (آنوپ^۲ و همکاران، ۲۰۱۵: ۲۵۱). اکوتوریسم فرصت بسیار مناسبی در اختیار بازدیدکنندگان قرار می‌دهد تا نسبت به اهمیت حفظ فرهنگ‌ها و چگونگی محافظت از فرهنگ‌های محلی و طبیعت آگاه شوند. این شرایط برای جوامع محلی و روستاها و نواحی دوردست درآمد خوبی ایجاد می‌کند. همچنین توسعه و اجرای اکوتوریسم در بردارنده نتایجی است: اهمیت نواحی حفاظت شده و اکوسیستم‌ها را افزایش داده و ارزش اقتصادی آن‌ها را بالا می‌برد، برای نواحی حفاظت شده درآمد مستقیم ایجاد می‌کند، منجر به ایجاد تشکیلات منسجم برای پایش از نواحی محافظت شده در سطوح محلی و بین‌المللی می‌شود، باعث ارتقا فرهنگ استفاده پایدار از منابع طبیعی شده و منجر به کاهش تهدیدات جوامع زیستی می‌شود. در مناطق با جاذبه‌های طبیعی قابلیت بالایی برای تحقق سودبخشی اکوتوریسم به افراد محلی وجود دارد. در حالی که در نواحی با بازدیدکنندگان کمتر، این قابلیت وجود ندارد. اکوتوریسم می‌تواند در جوامع محلی پیرامون آن اشتغال‌زایی نموده و در آن انگیزه اقتصادی ایجاد کند (محمدپور زرنندی و طباطبایی، ۱۳۸۹). اکوتوریسم به تنوع زیستی، ارزش اقتصادی می‌دهد و اکوتوریست‌هایی که همه ساله به مناطق طبیعی جذاب مسافرت می‌کنند، سالانه میلیون‌ها دلار به کشور میزبان ارز وارد کرده و برای بسیاری از مردم محلی اشتغال ایجاد می‌کنند. منافع اقتصادی و اجتماعی طبیعت‌گردی بسیار چشمگیر می‌باشد. بر خلاف توریست‌های قراردادی، اکوتوریست‌ها پول بیشتری می‌پردازند و توقع کمتری دارند. اکوتوریست‌ها به تسهیلات اقامتی، سرویس‌های پذیرایی در رستوران‌های لوکس نیاز ندارند و بدین ترتیب اکوتوریست‌ها تفاوت‌هایی عمده با

¹ Campbell

² Anup

توریست‌ها دارند. اکوتوریست‌ها جهت استفاده از تنوع زیستی یک کشور یا پارک ملی پول می‌پردازند و مبالغ بیشتری جهت حفاظت از محیط زیست و ارتقای سطح زندگی اهالی محلی می‌پردازند. این در حالی است که تسهیلات رفاهی و امکانات اقامتی کمتری نسبت به توریست‌های معمولی طلب می‌کنند. به عنوان مثال، منطقه جنگلی دور افتاده «مونه ورده» در کاستاریکا، سالانه ۱۵ هزار نفر بازدید کننده دارد و هر یک از اکوتوریست‌ها مبلغی ورودی اضافی می‌پردازند تا صرف نگهداری هر چه بیشتر منطقه شود. بسیاری از کشورها درآمد بسیار بالایی از اکوتوریسم دارند، به طوری که می‌توانند از این درآمد برای بهتر ساختن وضع زندگی و معیشتی مردم حداکثر استفاده را ببرند. اغلب کشورهای آفریقایی از این دست هستند. اکوتوریسم یکی از الگوهای فضایی گردشگری در عصر پسا مدرن است و این در حالی است که از نظر اقتصادی نیز اکوتوریسم، پویایی اقتصاد جوامع محلی را با ایجاد اشتغال و درآمد سبب می‌شود (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۴).

کارآفرینی

کارآفرینی موضوع میان رشته‌ای است که رشته‌های مختلفی همچون اقتصاد، روان شناسی، مردم‌شناسی، جامعه شناسی و مدیریت در تکامل آن نقش اساسی داشته‌اند. واژه کارآفرینی برای اولین بار در قرن شانزدهم میلادی در فرانسه برای توصیف فرماندهان موفق که سربازان را برای حفاظت از شاه زادگان و اهالی شهر استخدام می‌کردند، به کار برده شد. استفاده از واژه‌ی کارآفرینی در زمینه‌های تجاری در قرن هجدهم و برای اشاره به فعالان اقتصادی که قراردادهایی را برای کارهای عمومی متعهد می‌شدند، تکنیک‌های نوآورانه‌ی کشاورزی را عرضه می‌کردند و با ریسک به کار انداختن سرمایه‌ی شخصی خود در صنعت را می‌پذیرفتند شروع شد. از این رو از ابتدا پیوندهای ذاتی بین کارآفرینی و تمایل کارآفرینان برای قبول ریسک و عدم اطمینان در ارتباط با مؤسسات اقتصادی جدید فرض شد (جمشیدی کهساری و قاسمی، ۱۳۸۷). کارآفرینی از کلمه فرانسوی انترپرنور به معنای «متعهد شدن» نشأت گرفته است، دارای ۵ جزء اساسی می‌باشد که عبارتند از:

۱. کارآفرین: فردی که به صورت آگاهانه تصمیم می‌گیرد کسب و کار مخاطره‌آمیز جدیدی آغاز کند و کلیدی‌ترین جزء فرآیند کارآفرینی است.
۲. فرصت: فرصت‌های زیادی در جامعه برای کسب و کار وجود دارد، ولی کارآفرین با تجزیه و تحلیل و شناسایی موقعیت‌های بازار، فرصت‌هایی را که از ظرفیت بالایی برخوردارند برای شروع کسب و کار خود بر می‌گزیند.
۳. ساختار: کارآفرین برای انجام کسب و کار خود باید مشخص سازد که در قالب چه نوع ساختاری می‌خواهد فعالیت خود را آغاز کند.
۴. منابع: فرد کارآفرین باید منابع مالی و انسانی را شناسایی و حمایت سرمایه‌گذاران را جلب کند.

۵. استراتژی و برنامه کسب و کار: فرد کارآفرین باید اهداف کلی و استراتژی‌ها و برنامه‌های تحصیلی کسب و کار خود را تعیین کند (نجفی توه‌خشکه و آزادی، ۱۳۹۱: ۵).

کارآفرین فردی است که نوع جدیدی از محصول را خلق می‌کند، یا مانند فردی است که ریسک‌هایی را به خاطر ساماندهی مجدد مکانیسم‌های اقتصادی و اجتماعی می‌پذیرد، یا با به‌کارگیری فرصت‌های بازار ناهماهنگی بین عرضه و تقاضا را برطرف می‌کند و یا این‌که شخصا یک فعالیت تجاری دارد (بال^۱ و همکاران، ۱۹۹۵: ۳).

آموزش و کارآفرینی اکوتوریسم

اهمیت اقتصادی رو به افزایش صنعت اکوتوریسم و ایجاد فرصت‌های کارایی و کارآفرینی برای ساکنان بومی، باعث معطوف کردن توجه بسیاری از کشورها به این صنعت و زیرشاخه‌های آن شده است (غلامی و بدر، ۱۳۹۳: ۲). توسعه کارآفرینی در حوزه اکوتوریسم به دلیل ارتباط عمیق با بحث‌های توسعه پایدار و محیط زیست، نوع ویژه‌ای از کارآفرینی را شکل می‌دهد که تلفیقی از رویکرد رشدگرایی اقتصادی بر پایه‌ی حفظ محیط زیست است. به گفته‌ای مسئله توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، شکل دهنده‌ی مفهوم اقتصاد زیست محیطی در جوامع محلی است که تا حدودی با سایر اشکال کارآفرینی تفاوت دارد (سجاسی و همکاران، ۱۳۹۳). اکوتوریسم، رشته‌ای پویا، به همراه تکنیک‌های جدید و روندهای در حال تغییر می‌باشد. حجم وسیعی از کارآفرینان باید در این حوزه حضور فعال داشته باشند، این حوزه شامل کسب و کار، نهادهای دولتی و غیر دولتی و جوامع محلی می‌باشد. کسب و کارهایی که مسئولیت این امر را بر عهده دارند، باید حمایت و تشویق گردند تا این صنعت را به طور مناسبی با رهنمودها و قوانین موجود مدیریت نمایند. مکان‌هایی که مقصدهای گردشگران محسوب می‌شوند باید توانایی مدیریت اکوتوریسم را داشته باشند تا از نابودی منابع فرهنگی و طبیعی مصون نگه داشته شوند و در نهایت سهم خود را در بازارهای بین‌المللی در حال رشد، به سرعت افزایش دهند. همچنین اکوتوریسم باید گردشگران را به مناطق بکر و قابل دسترسی جذب نماید و برای بهبود حفاظت از طریق آموزش اقدام نماید تا نگرش مردم محلی و دولت‌ها را تغییر دهد (غلامی و بدر، ۱۳۹۳: ۸). امروزه به علت افزایش آگاهی افراد، به خصوص جوانان به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه، آموزش کارآفرینی، به موضوع مهمی در مجامع علمی و غیر علمی تبدیل شده است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مهم‌ترین عامل مؤثر در حرکت کارآفرینی از قوه به فعل، بروز روحیه کارآفرینی در افراد از طریق آموزش می‌باشد و مناسب‌ترین محیط برای پرورش کارآفرینان، در هر جامعه‌ای، محیط‌های آموزشی و به ویژه مدارس (از ابتدایی تا دبیرستان) می‌باشد. از این رو عامل انسانی مهم‌ترین جنبه کارآفرینی بوده و آموزش عامل انسانی در روند پیشرفت کارآفرینی تأثیر به‌سزایی داشته و خواهد داشت (حسینی و حسینی، ۱۳۹۱: ۵). پیشرفت‌ها و

^۱ Bull

فعالیت‌های اخیر که در برنامه‌های آموزشی کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای جدید انجام شده، بسیار چشم‌گیر و قابل توجه هستند به طوری که تعداد واحدهای آموزش عالی (دانشگاه و دانشکده‌ها) که واحدهای درسی مربوط به مقوله‌ی «کارآفرینی» را ارائه می‌دهند از چند واحد در سال ۱۹۷۰ میلادی به ۱۶۰۰ واحد آموزشی در سال ۲۰۰۵ افزایش یافته است. اما این توسعه فوق‌العاده باعث ایجاد مشکل قانونی کردن و رسمیت دادن به این رشته از حیث علوم دانشگاهی و جامعه‌ی دانشگاهی می‌شود. در حالی که برخی مراحل مربوط به فرآیند قانونی شدن طی چند سال گذشته به اجرا در آمده است، هنوز هم مشکلات دیگری پیش روی آن قرار دارد (علی میری، ۱۳۸۷: ۱۶۹). آموزش کارآفرینی با آموزش مقوله‌های دیگری نظیر اشتغال، تفاوت دارد؛ چرا که آموزش چگونگی ایجاد یک کسب و کار جدید و همچنین پیشبرد و ادامه‌ی آن یا فعالیت‌های مدیریتی مرتبط با کسب و کار است (عبدالله‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸). وابستگی و ارتباط تنگاتنگ بخش گردشگری با توسعه پایدار و راه‌اندازی انواع حرفه‌ها و کسب و کارهای کوچک موجود در کشور به اندازه‌ای است که آموزش کارآفرینی و مهارت‌آموزی در این زمینه، جز با توسعه برنامه‌های آموزشی مرتبط با بخش‌های مختلف از جمله فناوری‌های نو، صنعت، بازرگانی، حمل و نقل و از طریق ارتباط مستمر با بازارهای جهانی در حوزه‌های مزبور میسر نخواهد شد (سمیعی و آخوندزاده، ۱۳۹۲: ۸). در حقیقت آموزش و ترویج فرآیند کارآفرینی سیاستی است که به طور مستقیم در کمیت و کیفیت عرضه در یک جامعه اثر می‌گذارد. به همین دلیل است که در بسیاری از کشورها به ویژه کشورهای پیشرفته که حتی‌الامکان در آن‌ها مشکلات و موانع برطرف شده‌اند، دولت‌ها به شکوفا کردن توان بالقوه مردم پرداخته‌اند. در واقع با اجرای این سیاست همواره می‌توان به اهداف گوناگونی مانند شناخت فرصت‌ها و چگونگی بهره‌برداری از آن‌ها، روش‌های جدید علمی-مدیریتی و بازرگانی جامع عمل پوشید. در راستای ترویج کارآفرینی در گردشگری نیز دوره‌های آموزشی مختلفی برگزار می‌شود که این دوره‌ها معمولاً مشتمل بر سه جزء است:

- متون که ممکن است شامل مقالات و انواع مطالب باشد؛
- سخنرانی‌ها، توسط اساتید و کارآفرینان مدعو؛
- پروژه‌های علمی دانشجویان برای ارائه طرح‌های مخاطره‌آمیز.

در حقیقت توسعه آموزش کارآفرینی، شامل شیوه‌های جدید آموزشی و تعیین نقش‌های نوین دانشجو و استاد در فرآیند آموزش کارآفرینی می‌باشد (نجفی توه خشکه و آزادی، ۱۳۹۱).

نقش آگاهی و دانش در کارآفرینی

آن‌چه که واقعیت امروزی است، تغییر و تحول شتابان، نوآوری و رقابت در محیط سازمان‌ها و عدم قطعیت در دنیای کنونی می‌باشد. در این وضعیت سازمان‌ها به دنبال بالا بردن ظرفیت رقابت‌پذیری خود هستند. از این رو به دنبال مزیت رقابتی می‌باشند. آن‌چه که تحقیقات نشان

می‌دهد حاکی از آن است که دانش کارآفرینی همان چیزی است که سازمان‌ها برای مشارکت در این محیط پرتلاطم باید به دنبال آن باشند. از طرف دیگر دوید آدرشت^۱ و ماکس کیلباخ^۲ (۲۰۰۸) بیان می‌کنند که سرمایه‌گذاری بر روی دانش به طور مستقیم به رشد متعادل و رقابت‌پذیری تبدیل نمی‌شود. بلکه کارآفرینی معبری برای اثرات دانش است. دانش به خودی خود دارای ارزش نیست، اما استفاده درست از آن در جهت اهداف و نیازهای سازمان منجر به ایجاد ارزش افزوده خواهد شد. از این رو تلاش سازمان‌ها در زمینه دانش باید معطوف به افزایش توان کارآفرینی آن‌ها باشد (میری‌پور فرد و محبی، ۱۳۹۲: ۱۵). با این حال همان‌طور که گفته شد در واقع با آموزش کارآفرینی است که می‌توان برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز برای راه‌اندازی و اداره‌ی کسب‌وکار استفاده کرد و این افزایش، بهبود و توسعه‌ی نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های افراد کارآفرین را در پی دارد (آراستی و همکاران، ۱۳۹۴: ۶۳).

مرور سوابق تجربی

مطالعات متعددی در رابطه با موضوع مورد نظر صورت گرفته است که در جدول زیر برخی از این مطالعات، نتایج و روش‌های انجام آن به صورت خلاصه مورد نظر قرار گرفته است.



¹ Adresht

² Kilbach

جدول (۱): مطالعات صورت گرفته در خارج و داخل کشور

پژوهشگر	سال مطالعه	یافته‌ها و نتایج
لیوزکیو ^۱	۲۰۰۸	در این پژوهش نیازهای آموزشی در حوزه‌ی کارآفرینی به دو دسته خصوصیات کارآفرینی و مهارت‌های پروژه (شامل مدیریت پروژه، نوآوری، خلاقیت و بازاریابی، ارتباطات و مهارت‌های کسب و کار) و کارآفرینی (شامل رهبری، شبکه‌سازی، حسابداری، برنامه‌ریزی راهبردی و تدوین طرح‌های کسب و کار) تقسیم‌بندی شدند.
اسواردز ^۲	۲۰۰۹	در این پژوهش با هدف شناسایی نیازهای آموزشی کارآفرینان به این موارد پرداخته شد: الف) توسعه کسب و کار: ایده‌یابی، راه‌اندازی کسب و کار، قوانین و مقررات مدیریت کسب و کار، کنترل و نظارت کارکنان، فروش و بازاریابی؛ ب) شایستگی‌های شغلی: نوآوری و خلاقیت، شناسایی فرصت‌ها، مهارت‌های ارتباطی، توسعه‌ی فرصت‌ها در قالب واحدهای کسب و کار و مهارت در برنامه‌ریزی راهبردی؛ ج) ریسک و عدم قطعیت: شناسایی ریسک، روش‌های مدیریت کاهش ریسک، شناسایی و تحلیل رقیبان در بازار و تثبیت و حفظ موقعیت در بازار
سیتومورانگ و میرزانتی	۲۰۱۲	نتایج این بررسی نشان داد که کارآفرینی اجتماعی مناسب‌ترین روش توسعه اکوتوریسم برای جامعه است. کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به منظور رفاه و آموزش بهتر منجر به تغییر اجتماعی شود. علاوه بر این، به افراد به عنوان شخصیت‌های اجتماعی که برای بهبود زندگی و حفاظت از محیط زیست خود مسئول هستند آموزش ارائه می‌دهد.
باسی-پی اسو	۲۰۱۵	نتایج این بررسی در ارائه چهار استراتژی در کشور نیجریه است که مهمترین این استراتژی آن تاکید بر آموزش کارآفرینان جهت به دست آوردن مهارت‌ها و تغییر نگرش آنها است.
دیلیما ^۳ و همکاران	۲۰۱۶	این مطالعه نشان داد که تقویت اجتماعات محلی فقط از طریق کارآفرینی اکوتوریسم امکان پذیر است تا از این طریق در مناطق محلی که میزان منابع مالی و پولی اندک است مشوق‌های لازم ایجاد شود.
صفری و سمیح‌زاده	۱۳۹۱	نتایج تحقیقات آن‌ها حاکی از آن است که کارآفرینی یا جنبه‌های خاصی از آن، می‌تواند آموزش داده شود. کارآفرینی نه تنها نیازمند دانش (علم) است بلکه نیازمند افکار جدید، انواع جدیدی از مهارت‌ها و شکل‌های جدیدی از رفتار و هنر نیز می‌باشد.
رضایی و همکاران	۱۳۹۱	در این پژوهش بر اساس داده‌های میدانی تأیید شده، مهارت‌ها و شایستگی‌های کارآفرینی به این شرح بیان شد: دانش کارآفرینی، مهارت‌های عمومی، قوانین و مقررات، شایستگی‌های شغلی و تدوین طرح کسب و کار و مهارت‌های مدیریتی
موقر و باقری	۱۳۹۳	در پژوهش خود با عنوان نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه اکوتوریسم که مطالعه موردی آن از اندونزی می‌باشد به این نتیجه رسیدند که توسعه نواحی اکوتوریسم باید بر اساس قدرت یافتن جوامع محلی از طریق آموزش کارآفرینی اجتماعی و برنامه‌های محافظت فرهنگی صورت گیرد.

روش شناسی تحقیق

روش این پژوهش از نوع پیمایش مبتنی بر پرسشنامه است. توسعه کارآفرینی اکوتوریستی به عنوان متغیر وابسته و مؤلفه‌های آموزش و آگاهی به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده‌اند. شاخص‌های مورد نیاز این پژوهش با استفاده از مطالعه‌ی منابع علمی معتبر شناسایی شدند و روایی

³ Luczkiw

⁴ Swaders

³ Bassey. B. E

⁴ De Lima

پرسشنامه را استادان و کارشناسان تأیید و سرپرستان خانوار آن را آزمایش کردند. بر اساس خروجی آزمون آلفای کرونباخ، سطح پایایی گویه‌های پرسشنامه محاسبه شد (جدول ۲).

جدول (۲): سطح پایایی مؤلفه‌های مورد استفاده در فرآیند پژوهش

موضوع	شاخ ص	نماگرها	تعداد گویه‌ها	منبع	آلفای کرونباخ
متغیر وابسته	توسعه کارآفرینی اکوتوریستی	تمایل داشتن به فعالیت‌های گردشگری، تمایل داشتن به مشارکت با سایر کارآفرینان، تمایل داشتن به فعالیت کارآفرینان در منطقه، تمایل داشتن به رعایت اصول فرهنگی توسط گردشگران، تمایل داشتن به فعالیت در بخش گردشگری به صورت فردی	۵	رضوانی (۱۳۸۳)، مطیعی لنگرودی و همکاران (۱۳۹۰)، سجاسی قیداری و همکاران (۱۳۹۳)	۰/۷۷۸
		میزان برگزاری کلاس‌های آموزشی در منطقه در راستای توسعه کارآفرینی، میزان استفاده از اینترنت در راستای توسعه کارآفرینی، رفتن به تهران به منظور شرکت در کلاس‌های آموزشی گردشگری، تمایل داشتن به شرکت در کلاس‌های آموزشی در مورد محیط زیست، تجربه فعالیت در بخش گردشگری، آگاهی داشتن در مورد این که آموزش عاملی تعیین کننده در توسعه کارآفرینی به شمار می‌آید	۶	راشید (۲۰۰۰)، علی میری (۱۳۸۷)، گورمن و دیگران (۱۹۹۷)، حسینی (۱۳۹۱)، سازمان بهره وری آسیا (۲۰۰۷)، ایزنبرگ (۲۰۱۱)، دادورخانی و همکاران (۱۳۹۰)، بوزر جمهوری و همکاران (۱۳۹۳)، رضایی (۱۳۹۳)، اکبری و همکاران (۱۳۹۴)، رضوانی و نجارزاده (۱۳۸۷)، رضایی (۱۳۹۳)، افتخاری و همکاران (۱۳۹۳)	۰/۸۴۶
		آگاهی داشتن از پیامدهای توسعه اجتماعی کارآفرینی اکوتوریستی، آگاهی داشتن از این که کارآفرینی اکوتوریستی موجب بهبود زندگی اقتصادی ساکنین منطقه می‌شود، آگاهی داشتن از ارزش جغرافیایی و مکانی منطقه، آگاهی از ویژگی‌های منطقه، آگاهی از ظرفیت فرهنگی منطقه، آگاهی از پیامدهای زیست محیطی توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، آگاهی داشتن از ظرفیت‌های باستانی منطقه، آگاهی داشتن از وضعیت افراد کارآفرین در منطقه، آگاهی داشتن از اشتغال‌زا بودن کارآفرینی اکوتوریستی	۹	سازمان بهره وری آسیا (۲۰۰۷)، حسینی و حسینی (۱۳۹۱)، کروی (۱۳۸۷)، موقر و باقری (۱۳۹۳)، سجاسی قیداری و همکاران (۱۳۹۳)، اکبرپور سراسکانرود و همکاران (۱۳۹۰)، بوزر جمهوری و همکاران (۱۳۹۳)، افتخاری و همکاران (۱۳۹۳)	۰/۸۸۳

جامعه‌ی آماری مطالعه شده در این پژوهش، سرپرستان خانوار شهرستان خور و بیابانک هستند. برای تعیین حجم نمونه‌ی معرف جامعه از فرمول کوکران به شرح زیر استفاده شد. به این ترتیب ۲۰۰ نفر به عنوان حجم نمونه‌ی سرپرستان خانوار تعیین شد و ۲۰۰ پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفت

برای تکمیل پرسشنامه از شیوه‌ی نمونه‌گیری تصادفی ساده‌ی در دسترس استفاده شد. اطلاعات جمع‌آوری شده در فرآیند پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSS پردازش شدند و آزمون‌های آماری بر اساس ماهیت داده‌ها و هدف پژوهش در دو بخش یافته‌های توصیفی و تحلیلی تنظیم شدند. در یافته‌های توصیفی صرفاً اطلاعات فردی پاسخ‌گویان بررسی شدند. در یافته‌های تحلیلی ابتدا میانگین و رتبه هر یک از گویه‌ها بر اساس آزمون فریدمن مشخص شد و سپس گویه‌های هر یک از متغیرها با یکدیگر ترکیب شدند و با استفاده از آزمون تی تک‌نمونه‌ای تحلیل شدند. در ادامه به منظور درک رابطه بین میزان آموزش، آگاهی با توسعه کارآفرینی اکوتوریستی از آزمون پیرسون استفاده شد. محدوده مطالعه شده در پژوهش حاضر، شهرستان خور و بیابانک واقع در کرانه‌ی جنوب شرقی دشت کویر، از توابع استان اصفهان است. این شهرستان از شمال با استان سمنان، از جنوب با استان یزد و از شرق با استان خراسان همسایه است و در فاصله ۴۰۰ کیلومتری مرکز استان واقع شده است. وسعت تقریبی آن ۱۱۶۰۰ کیلومتر مربع است (سلمانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۱). این شهرستان دارای سه دهستان به نام‌های جندق، نخلستان، و بیابانک است (جدول ۳).

جدول (۳): ویژگی جمعیتی دهستان‌های جندق، نخلستان و بیابانک (۱۳۹۰)

دهستان	تعداد خانوار	زن	مرد	کل جمعیت	بعد خانوار
جندق	۳۳	۷۲	۱۰۲	۱۷۴	۵/۲۷
بیابانک	۶۲۶	۹۷۴	۱۰۶۱	۲۰۳۵	۳/۲۵
نخلستان	۶۶۷	۹۲۸	۹۶۱	۱۸۸۹	۲/۸۳

منبع: مرکز آمار ایران، شناسنامه آبادی‌های کشور، ۱۳۹۰

نواحی روستایی شهرستان خور و بیابانک با جاذبه‌های گردشگری طبیعی، تاریخی و فرهنگی، از مناطق جذاب گردشگری ایران برای گردشگران داخلی و خارجی به شمار می‌آیند و گونه‌شناسی گردشگری در این حوزه، «طبیعت‌گردی» است. بخشی از جاذبه‌های گردشگری شهرستان که شامل تپه‌های ماسه‌ای، پوشش گیاهی، حیات جانوری، اشکال خاص کویری مانند: دق‌ها، نیکاها، تخت‌ها و سایر جاذبه‌های طبیعی دیگر در کنار جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی منطقه باعث غنی شدن هر چه بیشتر ناحیه مورد مطالعه شده است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که ۴۴ درصد از جامعه‌ی آماری را زنان و ۵۶ درصد را مردان تشکیل می‌دهند. توزیع پراکندگی وضعیت سنی جامعه نمونه نشان می‌دهد که در دامنه‌ی ۳۸ سال تا ۵۸ سال قرار گرفته‌اند که عموماً در رده گروه سنی میان سالان قرار می‌گیرند. بررسی وضعیت تحصیلات پاسخگویان نشان می‌دهد که ۱۴/۵ درصد از پاسخگویان دارای تحصیلات کمتر از دیپلم و ۲۲/۵ درصد فوق دیپلم و ۴۷/۵ درصد لیسانس و ۱۴/۵ درصد کارشناسی ارشد و بالاتر هستند. بنابراین ۸۵/۵ درصد از پاسخ دهندگان دارای تحصیلات دانشگاهی بوده‌اند که این امر می‌تواند آموزش کارآفرینی در گردشگری را تسریع نماید. بررسی وضعیت میزان تمایل پاسخگویان برای زندگی در منطقه خور و بیابانک نشان می‌دهد که ۹/۵ درصد از پاسخگویان دارای تمایل خیلی کم، ۳/۵ درصد دارای تمایل کم، ۲۲/۵ درصد دارای تمایل متوسط و ۳۶ درصد دارای تمایل زیاد و ۲۸/۵ درصد دارای تمایل خیلی زیاد هستند. به عبارتی تمایل بالای پاسخ دهندگان در حدود ۸۶/۵ درصد جهت زیست در منطقه پشتوانه و انگیزه مناسب برای توسعه کارآفرینی اکوتوریسم به حساب می‌آید.

وضعیت میانگین و رتبه هر یک از نماگرهای (متغیر) مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی اکوتوریستی بر اساس آزمون فریدمن مشخص شد و نتایج حاصل از آن در قالب جدول آورده شده است.

آموزش

در جدول (۴) به ارزیابی وضعیت آموزش به عنوان عامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری پرداخته شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که بالاترین رتبه بر اساس آزمون فریدمن و میانگین مربوط به گویه داشتن مزایای مثبت اینترنت در راستای توسعه کارآفرینی است که مقدار آن ۴/۲۰ است و کمترین رتبه و میانگین مربوط به گویه تجربه فعالیت گردشگری میزان است که مقدار آن ۳/۶۴ است.

جدول (۴): آموزش

رتبه	فریدمن	میانگین	درصد فراوانی				گویه	
			خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد		خیلی زیاد
۱	۳/۹۴	۴/۲۰	۳	۲/۵	۸/۵	۴۳	۴۳	من می‌دانم اینترنت در راستای توسعه کارآفرینی چه مزایای مثبتی دارد
۴	۳/۳۱	۳/۷۰	۶/۵	۱۱/۵	۱۸/۵	۳۲	۳۱/۵	برای شرکت در کلاس‌های آموزش گردشگری و اکوتوریسم من حاضر هستم تا تهران بروم
۳	۳/۸۱	۴/۱۳	۳	۳	۱۵	۳۶	۴۳	من تمایل زیادی دارم که در کلاس‌های آموزشی در مورد محیط زیست منطقه شرکت کنم
۵	۳/۱۹	۳/۶۴	۱۱/۵	۸/۵	۱۹	۲۷	۳۴	من تجربه فعالیت در بخش گردشگری را دارم
۲	۳/۸۷	۴/۱۷	۳/۵	۲/۵	۱۳	۳۵/۵	۴۵/۵	آموزش عاملی تعیین کننده در توسعه کارآفرینی گردشگری به شمار می‌آید.
			۳/۸				میانگین کل	
			۲۰۰				تعداد مشاهدات	
			۱۱۶/۸۷۸				مقدار کای اسکوئر	
			۵				درجه آزادی	
			۰/۰۰۰				سطح معناداری	

منبع: نتایج مستخرج از پرسشنامه، ۱۳۹۴

آگاهی و دانش

بر اساس نتایج حاصل از پژوهش در ارتباط با ارزیابی وضعیت آگاهی و دانش به عنوان عامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری می‌توان اذعان داشت که بالاترین رتبه بر اساس آزمون فریدمن و میانگین مربوط به گویه ارزش جغرافیایی و مکانی است که مقدار آن ۴/۴۰ است و کمترین رتبه و میانگین مربوط به گویه آگاهی داشتن از وضعیت افراد کارآفرین در منطقه است که مقدار آن ۳/۴۲ است (جدول ۵).

جدول (۵): آگاهی و دانش

رتبه	فریدم ن	میانگی ن	درصد فراوانی				گویه	
			خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد		
۸	۴/۷۵	۴/۰۴	۳	۲	۲۴	۳۰/۵	۴۰/۵	از پیامدهای توسعه اجتماعی کار آفرینی اکوتوریسم منطقه آگاهی دارم
۲	۵/۵۵	۴/۲۸	۳	۰	۱۰/۵	۳۸/۵	۴۸	کار آفرینی اکوتوریستی موجب بهبود زندگی اقتصادی ساکنین منطقه می شود
۱	۵/۹۶	۴/۴۰	۳	۰	۵	۳۸	۵۴	منطقه خور بیابانک به نظر من ارزش جغرافیایی و مکانی دارد و باید حفظ شود
۳	۵/۳۲	۴/۲۰	۳	۱	۱۵	۳۵/۵	۴۵/۵	من از ویژگی‌های منطقه خور و بیابانک آگاهی دارم
۴	۵/۲۹	۴/۲۰	۲	۲/۵	۱۵	۳۵	۴۵/۵	من از ظرفیت های فرهنگی منطقه آگاهی دارم
۶	۴/۸۴	۴/۰۶	۳	۱/۵	۱۸/۵	۴۰	۳۷	من از پیامدهای زیست محیطی توسعه کار آفرینی گردشگری آگاهی دارم
۷	۴/۸۰	۴/۰۴	۲	۵/۵	۱۹	۳۳/۵	۴۰	من از ظرفیت‌های باستانی منطقه آگاهی دارم (قلعه‌ها و خانه‌های قدیمی)
۹	۳/۳۵	۳/۴۲	۵	۱۲	۳۴/۵	۳۳	۱۵/۵	من از وضعیت افراد کار آفرین در منطقه آگاهی کامل دارم
۵	۵/۱۴	۴/۰۶	۱/۵	۰	۲۰/۵	۴۷/۵	۳۰/۵	من می دانم که کار آفرینی اجتماعی با تاکید بر بخش گردشگری موجب توسعه اشتغال در منطقه می شود
۴/۰۷							میانگین کل	
۲۰۰							تعداد مشاهدات	
۲۱۰/۷۱۶							مقدار کای اسکور	
۸							درجه آزادی	
۰/۰۰۰							سطح معناداری	

منبع: نتایج مستخرج از پرسشنامه، ۱۳۹۴

توسعه کار آفرینی اکوتوریستی

در جدول (۶) به ارزیابی وضعیت توسعه کارآفرینی اکوتوریستی پرداخته شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که بالاترین رتبه بر اساس آزمون فریدمن و میانگین مربوط به گویه تمایل داشتن به رعایت اصول فرهنگی توسط گردشگران است که مقدار آن ۴/۵۸ است و کمترین رتبه و میانگین

مربوط به گویه تمایل داشتن به فعالیت در بخش گردشگری و اکوتوریسم است که مقدار آن ۴/۱۸ است.

جدول (۶): توسعه کارآفرینی اکوتوریستی

رتبه	فریدمن	میانگین	درصد فراوانی				گویه	
			خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد		خیلی زیاد
۵	۲/۷۳	۴/۱۸	۱/۵	۲	۱۷	۴۰	۴۰/۵	من تمایل زیادی به فعالیت در بخش گردشگری و اکوتوریسم دارم
۲	۳/۲۵	۴/۵۰	۱/۵	۰	۵	۳۳/۵	۶۰	من تمایل زیادی دارم که کارآفرینان بیشتری در این منطقه فعالیت داشته باشند
۳	۲/۹۵	۴/۳۰	۰	۳	۱۳/۵	۳۴	۴۹/۵	من تمایل زیادی دارم که با دیگر کارآفرینان به صورت مشارکتی فعالیت کنم
۴	۲/۷۴	۴/۱۷	۰	۷/۵	۱۲	۳۶/۵	۴۴	من به عنوان یک فرد در صورت لزوم به صورت فردی هم توانایی کارآفرینی در بخش گردشگری را دارم
۱	۳/۳۳	۴/۵۸	۰	۰	۵	۳۲	۶۳	من تمایل زیادی دارم که گردشگران با رعایت اصول فرهنگی منطقه وارد خور و بیابانک شوند
			۴/۳				میانگین کل	
			۲۰۰				تعداد مشاهدات	
			۷۳/۳۰۳				مقدار کای اسکوئر	
			۴				درجه آزادی	
			۰/۰۰۰				سطح معناداری	

منبع: نتایج مستخرج از پرسشنامه، ۱۳۹۴

یافته‌های تحلیلی

تحلیل گویه‌های مرتبط با هریک از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای انجام شد. در پژوهش حاضر، توسعه کارآفرینی اکوتوریستی با استفاده از گویه‌هایی نظیر، تمایل داشتن به فعالیت در بخش گردشگری، تمایل داشتن به فعالیت کارآفرینان در منطقه، تمایل داشتن به رعایت اصول فرهنگی توسط گردشگران بررسی شده است. نتایج نشان می‌دهند که میانگین محاسبه شده در وضع موجود (۴/۳) بیشتر از میانه نظری محاسبه

شده (۳) است بنابراین با توجه به مثبت بودن اختلاف میانگین‌ها (۱/۳۴۷۰۰) می‌توان اذعان داشت که مولفه توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در وضعیت مطلوبی قرار دارد و نیز سطح معناداری محاسبه شده در (۰/۰۰۰) بیانگر توافق ذهنی معنادار در بین نگرش‌های جامعه نمونه است. در واقع نگرش افراد به آموزش و توسعه کارآفرینی بوم‌گردی است.

آموزش نیز به عنوان مؤلفه مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی نیز در قالب مؤلفه‌هایی نظیر میزان برگزاری کلاس‌های آموزشی در منطقه در راستای توسعه کارآفرینی، میزان استفاده از اینترنت در راستای توسعه کارآفرینی، تمایل داشتن به شرکت در کلاس‌های آموزشی در مورد محیط زیست، آگاهی داشتن در مورد این‌که آموزش عاملی تعیین‌کننده در توسعه کارآفرینی به شمار می‌آید بررسی شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که مؤلفه آموزش در وضعیت مطلوبی قرار دارد به طوری که میانگین محاسبه شده در وضع موجود (۳/۸۶) بوده که در مقایسه با میانه نظری محاسبه شده (۳) با توجه به مثبت بودن اختلاف میانگین‌ها (۳/۸۰۶۸) مقدار بالاتری را نشان می‌دهد. همچنین سطح معناداری محاسبه شده (۰/۰۰۰) مبین معنادار بودن یافته‌ها می‌باشد.

از دیگر مؤلفه‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی آگاهی و دانش است که با گویه‌هایی نظیر آگاهی داشتن از پیامدهای توسعه اجتماعی کارآفرینی اکوتوریستی، آگاهی داشتن از این‌که کارآفرینی اکوتوریستی موجب بهبود زندگی اقتصادی ساکنین منطقه می‌شود، آگاهی داشتن از ارزش جغرافیایی و مکانی منطقه، آگاهی از ویژگی‌های منطقه، آگاهی از ظرفیت‌های فرهنگی منطقه، آگاهی از پیامدهای زیست محیطی توسعه کارآفرینی اکوتوریستی بررسی شد. نتایج نشان می‌دهد که مؤلفه آگاهی و دانش در وضعیت مطلوبی قرار دارد به طوری که مقدار میانگین محاسبه شده در وضع موجود (۴/۰۷) بوده که در مقایسه با میانه نظری محاسبه شده (۳) با توجه به مثبت بودن اختلاف میانگین‌ها (۱/۰۷۶۶۷) مقدار بالاتری را نشان می‌دهد همچنین سطح معناداری محاسبه شده (۰/۰۰۰) مبین معنادار بودن یافته‌ها می‌باشد.

جدول (۷): نتایج آزمون تی برای درک وضعیت مؤلفه‌های مطالعه شده

مؤلفه‌ها	میانگین	ارزش تی	انحراف معیار	خطای استاندارد	مقدار تی	حد پایین	حد بالا	سطح معناداری
توسعه کارآفرینی اکوتوریستی	۴/۳۴۷۰	۳	۰/۵۶۷۹۸	۰/۰۴۰۱۶	۳۳/۵۳۹	۱/۲۶۷۸	۱/۴۲۶۲	۰/۰۰۰
میزان آموزش	۳/۸۶۰۸	۳	۰/۸۶۷۶۸	۰/۰۶۱۳۵	۱۴/۰۳۱	۰/۷۳۹۸	۱/۹۸۱۸	۰/۰۰۰
میزان آگاهی و دانش	۴/۰۷۶۷	۳	۰/۶۷۰۲۳	۰/۰۴۷۳۹	۲۲/۷۱۸	۰/۹۸۳۲	۱/۱۷۰۱	۰/۰۰۰

به منظور بررسی رابطه بین آگاهی و دانش، آموزش و کارآفرینی اکوتوریستی با توجه به فاصله‌ای بودن متغیرها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده کردیم. نتایج حاصل از این آزمون با توجه به جدول (۸) حاکی از آن است که بین متغیر آموزش‌های کارآفرینی و افزایش آگاهی و دانش با میزان همبستگی برابر با ۰/۶۹۰ و سطح معناداری محاسبه شده در ناحیه آلفا برابر با ۰/۰۰۰ رابطه معنادار وجود دارد و نشان دهنده‌ی همبستگی مثبت و با شدت زیاد است و نیز بین متغیرهای آموزش‌های کارآفرینی و توسعه کارآفرینی اکوتوریستی با میزان همبستگی ۰/۴۰۶ و سطح معناداری محاسبه شده در ناحیه آلفا برابر با ۰/۰۰۰ رابطه معنادار وجود دارد و نشان دهنده‌ی همبستگی مثبت (مستقیم) و با شدت متوسط است و همچنین بین دو متغیر افزایش آگاهی و دانش و توسعه کارآفرینی اکوتوریستی با میزان همبستگی ۰/۲۳۴ و سطح معناداری محاسبه شده در ناحیه آلفا که برابر با ۰/۰۰۱ است، رابطه معناداری وجود دارد و نشان دهنده‌ی همبستگی مثبت و با شدت نسبتاً ضعیف است. با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرها رابطه معنادار برقرار بوده و بر این اساس بین آگاهی و دانش، آموزش و کارآفرینی اکوتوریستی در منطقه بیابانی خور و بیابانک رابطه معنادار وجود دارد.

جدول (۸): نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین مولفه‌های کارآفرینی

مولفه‌ها	شرح	آموزش‌های کارآفرینی	افزایش آگاهی و دانش	توسعه کارآفرینی اکوتوریستی
آموزش‌های کارآفرینی	مقدار پیرسون	۱	**۰/۶۹۰	**۰/۴۰۶
	سطح معناداری		۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد مشاهدات	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰
افزایش آگاهی و دانش	مقدار پیرسون	**۰/۶۹۰	۱	**۰/۲۳۴
	سطح معناداری	۰/۰۰۰		۰/۰۰۱
	تعداد مشاهدات	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰
توسعه کارآفرینی اکوتوریستی	مقدار پیرسون	**۰/۴۰۶	**۰/۲۳۴	۱
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	
	تعداد مشاهدات	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰

**۰/۰۱. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

کارآفرینی اکوتوریستی فرآیند توسعه‌ی کارآفرینی بر بستری از اکوتوریسم بوده که برآیند آن منجر به ایجاد کسب و کارهایی جدید در بخش اکوتوریسم شده و زمینه‌های تقویت فرصت‌های شغلی، درآمدی، بازاریابی، خلق ارزش‌ها مانند آن‌ها را برای روستاییان فراهم می‌کند. با توجه به این‌که توسعه کارآفرینی در گردشگری برای استفاده از پتانسیل‌های طبیعی و انسان‌ساخت گردشگری و توسعه پایدار کشور و به دنبال آن توسعه اقتصادی کشور، امری مهم و اجتناب‌ناپذیر می‌باشد، با این وجود این امر جزء با توسعه برنامه‌های آموزشی مرتبط با بخش‌های مختلف از جمله فناوری‌های نو، صنعت، بازرگانی، حمل و نقل و از طریق ارتباط مستمر با بازارهای جهانی در حوزه‌های مزبور میسر نخواهد بود. کارآفرینی اکوتوریستی باید گردشگران را به مناطق بکر و قابل دسترسی جذب نماید و برای بهبود حفاظت از طریق آموزش اقدام نماید تا نگرش مردم محلی و دولت‌ها را تغییر دهد و میزان آگاهی افراد را نسبت به سودی که گردشگری می‌تواند داشته باشد افزایش دهد. هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی میزان آموزش و آگاهی بر توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در منطقه کویری و بیابانی خور و بیابانک می‌باشد.

بر اساس مبانی نظری تحقیق، دو متغیر میزان آموزش و آگاهی و دانش به عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی اکوتوریستی شناخته شد. در این خصوص یافته‌ها نشان می‌دهند که میزان توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در شهرستان خور و بیابانک در سطح مطلوبی قرار دارد. یافته‌های دیگر پژوهش حاکی از آن است که دو عامل میزان آموزش و آگاهی و دانش نیز در منطقه مورد نظر در وضعیت مطلوبی قرار دارند. همچنین به منظور بررسی رابطه بین آگاهی و دانش، آموزش و کارآفرینی اکوتوریستی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. یافته‌ها حاکی از آن است که بین متغیر آموزش‌های کارآفرینی و افزایش آگاهی و دانش رابطه معنادار وجود دارد و نیز بین متغیرهای آموزش‌های کارآفرینی و توسعه کارآفرینی اکوتوریستی و همچنین افزایش آگاهی و دانش و توسعه کارآفرینی اکوتوریستی رابطه معنادار وجود دارد که نشان دهنده همبستگی مثبت (مستقیم) بین متغیرها می‌باشد به طوری که با افزایش میزان آموزش و آگاهی اکوتوریستی، کارآفرینی اکوتوریستی نیز افزایش و توسعه پیدا می‌کند. در نتیجه می‌توان به منظور توسعه کارآفرینی اکوتوریستی بیشتر در منطقه سیاست‌هایی را که به ایجاد آگاهی‌های عمومی درباره فواید و منافع کارآفرینی در اقتصاد و جامعه کمک می‌کنند را ترویج داده و به توسعه برنامه‌های آموزشی مرتبط با بخش گردشگری با هدف راه‌اندازی انواع حرفه‌ها و کسب و کارهای کوچک گردشگری پرداخت.

نتایج این تحقیق دارای مطابقت با یافته‌های مطالعات موقر و باقری (۱۳۹۳)، و سیتومورانگ و میرزانتی (۲۰۱۲) است. نتایج تحقیقات آنها حاکی از آن است که بیشتر رویکردهای مناسب توسعه اکوتوریسم برای اجتماع، کارآفرینی اجتماعی است و کارآفرینی اجتماعی می‌تواند منجر به تغییر

اجتماعی برای آموزش و آسایش بهتر شود و همچنین کارآفرین اجتماعی به مردم درباره طبیعت‌شان به عنوان یک شخصیت اجتماعی که دارای مسئولیت برای بهبود در زندگی افراد و نگهداری محیط‌شان است، آموزش خواهد داد.

بر اساس یافته‌های پژوهش و تحلیل‌های انجام شده، در صورت اعمال پیشنهادهای زیر توسط نهادهای مسئول می‌توان به کاربردی شدن آنها در جامعه محلی به منظور توسعه کارآفرینی اکوتوریستی امیدوار بود.

- آموزش و توجیه مردم محلی مبنی بر توسعه گردشگری به عنوان یکی از اصلی‌ترین فعالیت‌های اقتصادی در کنار سایر فعالیت‌ها قرار دارد مورد توجه قرار بگیرد.
- گسترش اطلاع‌رسانی و افزایش آگاهی افراد در زمینه کارآفرینی گردشگری از طریق تبلیغات، رسانه‌های رسمی و غیر رسمی محلی مانند شوراهای روستایی، نهادهای مذهبی، بزرگان محلی.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

۱. افتخاری، عبدالرضا؛ پورطاهری، مهدی و فضل‌ی، نفیسه (۱۳۹۳). تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، **مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری**، سال ۳، شماره ۸: ۹۵-۱۱۵.
۲. اکبریپور سراسکانرود، محمد؛ رحیمی، محسن و محمدی، فاضل (۱۳۹۰). سنجش تأثیرات گسترش گردشگری بر ابعاد توسعه پایدار گزارش موردی از (شهرستان هشتروند)، **فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای**، سال ۱، شماره ۳: ۱۰۴-۹۳.
۳. اکبری، مرتضی؛ غلامزاده، رضا و آراستی، زهرا (۱۳۹۴). نیازسنجی آموزشی جوانان روستایی شهرستان ورامین در زمینه‌ی کارآفرینی به منظور راه اندازی کسب و کارهای صنایع دستی روستایی، **فصلنامه پژوهش‌های روستایی**، دوره ۶، شماره ۲: ۱۳۹-۱۲۵.
۴. آراستی، زهرا؛ سفیدگر، افروز و زعفریان، رضا (۱۳۹۴). تبیین نقش مؤلفه‌های فردی، محیطی و سیستمی در موفقیت آموزش الکترونیکی کارآفرینی دانشگاه تهران، **فصلنامه توسعه کارآفرینی**، دوره ۸، شماره ۱: ۶۱-۷۹.
۵. آراستی، زهرا و غلامی، منیره (۱۳۸۹). علل شکست کارآفرینان در ایران، **فصلنامه توسعه کارآفرینی**، سال ۲، شماره ۷: ۱۹۶-۱۷۳.
۶. بوزجمهری، خدیجه؛ رومیانی، احمد و اسماعیلی، آسیه (۱۳۹۳). 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**، مشهد، انجمن اقتصاد کشاورزی ایران، دانشگاه فردوسی مشهد.
۷. جمشیدی کهنساری، حمزه و قاسمی، میثم (۱۳۸۷). کارآفرینی؛ مفاهیم، نقش‌ها، مهارت‌ها، کارآفرینی، **انجمن پردیس قم دانشگاه تهران**، سال ۱، شماره ۱: ۴۳-۳۲.
۸. حسینی، سیده راحله و حسینی، سیده الهام (۱۳۹۱). آموزش کارآفرینی: رویکردی نو در جهت حل مشکل اشتغال فارغ‌التحصیلان کشاورزی، **کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان**، دانشگاه مازندران.
۹. دادورخانی، فضیله؛ رضوانی، محمدرضا؛ ایمنی قشلاق، سیاوش و بوذرجمهری، خدیجه (۱۳۹۰). تحلیل نقش گردشگری در توسعه‌ی ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (موردی از روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)، **پژوهش‌های جغرافیای انسانی**، شماره ۷۸: ۱۹۶-۱۶۹.
۱۰. رضایی، روح الله (۱۳۹۳). بررسی نقش و جایگاه کارآفرینی در توسعه تعاونی‌های روستایی، **نشریه کارآفرینی در کشاورزی**، سال ۱، شماره اول: ۱۰۲-۸۵.
۱۱. رضایی، روح‌الله؛ کریمی، آصف؛ کرمی، فاطمه و صفا، لیلا (۱۳۹۱). بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان کارشناسی ارشد رشته‌های کشاورزی در زمینه‌ی کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشگاه زنجان)، **فصلنامه توسعه کارآفرینی**، دوره ۵، شماره ۳: ۸۴-۶۵.

۱۲. رضوانی، محمدرضا و نجارزاده، محمد (۱۳۸۷). بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرآیند توسعه‌ی نواحی روستایی گزارش موردی از (دهستان برآن جنوبی شهرستان اصفهان)، **فصلنامه توسعه کارآفرینی**، سال ۱، شماره ۲: ۱۸۲-۱۶۱.
۱۳. رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۳). **مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی توسعه‌ی روستایی در ایران**، تهران: نشر قومس.
۱۴. سجاسی قیداری، حمدالله؛ افتخاری، عبدالرضا؛ پورطاهری، مهدی و آذر، عادل (۱۳۹۳). الگوی توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی (مطالعه موردی: از رود دره های گردشگری استان تهران)، **پژوهش های جغرافیای انسانی**، دوره ۴۶، شماره ۲: ۲۹۳-۲۷۳.
۱۵. سلطانی، زهرا؛ کیانی، صدیقه و تقدیسی، احمد (۱۳۹۲). نقش اکوتوریسم در فرصت های شغلی و افزایش در آمد (مطالعه موردی: شهرستان خوانسار)، **فصلنامه تحقیقات جغرافیایی**، سال ۲۸، شماره ۴: ۱۵۲-۱۳۷.
۱۶. سلمانی، محمد؛ بدری، سید علی؛ قصابی، محمدجواد و عشورنژاد، غدیر (۱۳۹۲). درجه بندی سکونتگاه‌های روستایی برای توسعه گردشگری بیابان با استفاده از روش Electre3 (مطالعه موردی: خور و بیابانک)، **فصلنامه جغرافیا و پایداری محیط**، شماره ۶: ۲۲-۱.
۱۷. سمیعی، سحر و آخوندزاده، مصطفی (۱۳۹۲). نقش کارآفرینی در توسعه صنعت گردشگری، **کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت**.
۱۸. صفری، سعیدو سمیع‌زاده، مهدی (۱۳۹۱). نیازسنجی آموزش دانش و مهارت کارآفرینی در رشته‌های علوم انسانی، **نشریه علمی پژوهشی فناوری آموزش**، سال ۷، شماره ۱: ۷۹-۶۵.
۱۹. عبدالله زاده، غلامحسین، شریف‌زاده، ابوالقاسم، عربیون، ابوالقاسم، طلائی، مهدی، (۱۳۹۱). « شناسایی و اولویت‌بندی سرفصل‌ها و محتوای دوره‌های آموزش کارآفرینی بر اساس کارکردهای کسب و کار». **نامه آموزش عالی**، سال ۵، شماره ۱۸: ۱۱۴-۸۹.
۲۰. عبداللهی، عیوض (۱۳۸۶). اکوتوریسم سازگار با حفاظت از محیط زیست و پایداری منابع طبیعی، **ششمین کنفرانس اقتصاد کشاورزی ایران**، مشهد، انجمن اقتصاد کشاورزی ایران، دانشگاه فردوسی مشهد.
۲۱. علی‌میری، مصطفی (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، گرایش‌ها و چالش‌ها، **فصلنامه توسعه کارآفرینی**، سال ۱، شماره ۱: ۱۶۹-۱۳۳.
۲۲. غلامی، نازی و بدر، حدیثه (۱۳۹۳). بررسی نقش ویژگی‌های کارآفرینان، اکوتوریسم و شبکه‌های اجتماعی در موفقیت فعالیت‌های کارآفرینی، **دومین همایش ملی کارآفرینی و رقابت‌پذیری**، ساری، مرکز کارآفرینی و ارتباط با صنعت دانشگاه مازندران.
۲۳. کروی، مهدی (۱۳۸۷). فرهنگ قومی، سرمایه‌ی فرهنگی و صنعت گردشگری. **فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی**، سال ۷، شماره ۲۸: ۳۲۴-۳۰۹.
۲۴. محمدپور زرنندی، حسین و طباطبائی، سید محسن (۱۳۸۹). تأثیر اکوتوریسم در توسعه اقتصاد گردشگری شهر تهران، **ویژه نامه اقتصاد گردشگری شهری**.

۲۵. مرکز آمار ایران (۱۳۹۰). شناسنامه آبادی‌های کل کشور.
۲۶. مطیعی لنگرودی، سید حسن؛ قدیری معصوم، مجتبی؛ رضوانی، محمدرضا و مقیمی، سید محمد (۱۳۹۰). تبیین نقش دهیاری‌ها و شوراهای اسلامی در توسعه کارآفرینی روستایی (مطالعه موردی: بهاباد استان یزد). فصلنامه پژوهش‌های روستایی، سال ۲، شماره ۱: ۹۳-۱۱۴.
۲۷. موقر، مرتضی و باقری، عارفه (۱۳۹۳). نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه اکوتوریسم گزارش موردی (از اندونزی)، دومین همایش ملی کارآفرینی و رقابت‌پذیری، ساری، مرکز کارآفرینی و ارتباط با صنعت دانشگاه مازندران.
۲۸. میری‌پور فرد، بهروز و محبی، پروین (۱۳۹۲). بررسی نقش تسهیم دانش در کارآفرینی سازمانی، نخستین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی در کشور، تهران: دانشگاه تهران.
۲۹. نجفی توه خشکه، پری و آزادی، سیامک (۱۳۹۱). اهمیت ترویج کارآفرینی در صنعت گردشگری، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، دانشگاه مازندران.
۳۰. نیک نژاد، مریم؛ مهدوی، علی و کرمی، امید (۱۳۹۳). تبیین مناطق مستعد توسعه ی اکوتوریسم با استفاده از فرآیند تحلیل شبکه‌ای ANP (مطالعه موردی شهرستان خرم آباد)، جغرافیا و آمایش شهری- منطقه‌ای، شماره ۱۴: ۱۹۵-۲۱۴.

31. Asian Productivity Organization. (2007). **Entrepreneurship Development for Competitive Small and Medium Enterprises**, Published by the Asian Productivity Organization, Hirakawacho, Chiyoda-ku, Tokyo, Japan.
32. Anup K.C., Kedar Rijal and Ramesh Prasad, S. (2015). Role of ecotourism in environmental conservation and socioeconomic development in Annapurna conservation area, Nepal. **International Journal of Sustainable Development & World Ecology**, 22 (3): 251-258.
33. Bassey B.E. (2015) Transforming the Nigeria tourism industry through tourism entrepreneurial development, **African Journal of Business Management**, 9(15): 569-580
34. Bull I., Howard T. and Willard G. (1995). **Entrepreneurship: Perspectives on Theory Building**, 1st ed. Pergamon.
35. De Lima, I. Borges; Kumble, Peter. A, De Almeida, M. Geralda; Chaveiro, E. Felício; Ferreira, Lara Cristine Gomes and Mota, R.D. (2016) Ecotourism community enterprises and ethno-development: modeling the Kalunga empowerment possibilities in the Brazilian savannah, **Braz J Sci Technol**, 3:1 DOI 10.1186/s40552-016-0013-8.
36. Campbell, L.M. (1999). Ecotourism in Rural Developing Communities, **Annals of Tourism Research**, 26(3): 534-553.
37. Gorman, G., Hanlon, D. and King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education, and education for small business management: A ten-year literature review, **International Small Business Journal**, 15: 56-77.
38. Isenberg, D. (2011). **The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship**, The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. PP:1- 13
39. Jiang, J. (2008). **Evaluation of the Potential of Ecotourism to the Contribute to Local Sustainable Development: A Case Study of Tengtou Village, China**, New

Zealand, Massey University. <http://mro.massey.ac.nz/handle/10179/703> [access date: 1/2014].

40. Lordkipanidze, M. and Brezet, H. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development', **Journal of Cleaner Production** 13: 787-798.

41. Luczkiw, E., (2008). Entrepreneurship education in an age of chaos, complexity and disruptive change, **OECD Education & skills**, No. 18: 65-93.

42. Nyaupane, G.P. and Thapa, B. (2004). Evaluation of ecotourism: a comparative assessment in the Annapurna onservation Area Project, Nepal, **Journal of Ecotourism**, 3(1): 20-45.

43. Rasheed, H.S. (2000). **Developing Entrepreneurial Potential in Youth the Effect of Entrepreneurial Education and creation**, Available at: WWW.coba.usf.edu/Departments/management/Faculty/rasheed/youth Entrepreneurship.

44. Situmorang, D. and Mirzanti, I. (2012). Social entrepreneurship to develop ecotourism, **Procedia Economics and Finance**, 4: 398-405.

45. Swaders, Roel T. (2009). **Educational Needs of the Entrepreneur: Unique or a Predictable Pattern?**, Business Administration M.Sc. (60644), <http://essay.utwente.nl/60096/>.

