

تدوین و اعتبارسنجی شاخص‌های توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی

حمداالله سجاسی قیداری* - استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران
عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری - دانشیار گروه جغرافیا، دانشگاه تربیت مدرس تهران، تهران، ایران
مهدی پورطاهری - استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه تربیت مدرس تهران، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۹۲/۰۱/۲۸

تاریخ پذیرش: ۹۳/۳/۲۵

چکیده

شاخص‌های توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، یکی از معیارهای راهبردی برای فرآیند، برنامه‌ریزی و ارزیابی طرح‌های توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی بشمار می‌رود، لذا با بهره‌گیری از این معیارها می‌توان میزان تدوین، پیشرفت و یا تاثیر طرح‌ها و پروژه‌های کارآفرینی اکوتوریستی را در رسیدن به اهداف در هر مرحله، ارزیابی نمود. شکاف موجود در این زمینه باعث گردیده است تا فرآیند تدوین برنامه‌های توسعه کارآفرینی اکوتوریستی به دور از شاخص‌های دقیق بومی شده انجام گیرد و هدف‌گذاری برنامه‌ها و ارزیابی آن‌ها با مشکل مواجه شوند. از اینرو این مقاله در صدد است به تدوین و اعتبارسنجی شاخص‌های بومی سازی شده توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی ایران بپردازد تا برنامه‌ریزان و محققان کارآفرینی اکوتوریستی بتوانند در مطالعات کارآفرینی اکوتوریستی روستایی و حتی کارآفرینی گردشگری روستایی یا ارزیابی چنین پروژه‌هایی از این شاخص‌ها که به تأیید کارشناسان و خبرگان مرتبط با حوزه کارآفرینی اکوتوریستی روستایی رسیده، استفاده کنند. روش تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی با استفاده از پرسش‌نامه در سطح خبرگان می‌باشد. از این رو، ۳۶ شاخص از ادبیات نظری استخراج و از طریق پرسش‌نامه در معرض قضاوت و داوری ۴۲ نفر از خبرگان و کارشناسان قرار گرفت. برای اعتبارسنجی و دستیابی به اجماع نظر متخصصان علاوه بر آماره‌های میانگین از تکنیک اولویت بندی تاپسیس و توان رتبه‌ای استفاده شده است. همچنین برای مقایسه نظرات دو گروه خبرگان دانشگاهی و کارشناسی نیز از آزمون من ویتنی کمک گرفت شد. نتایج نشان می‌دهد که به لحاظ میانگینی همه شاخص‌ها بالاتر از حد متوسط می‌باشند و در بین ابعاد مختلف، بعد مربوط به سیاست‌ها و رویه‌های قانونی از اهمیت بالاتری نسبت به ابعاد دیگر در زمینه کارآفرینی اکوتوریستی برخوردار هستند. از سوی دیگر وزن هر یک از شاخص‌ها هم به صورت جداگانه محاسبه گردید که بیشترین آن مربوط به شاخص تشخیص فرصت‌های اکوتوریستی با مقدار ۰/۱۱۲ می‌باشد و در عین حال کمترین مقدار وزنی نیز متعلق به شاخص زیرساخت‌های فیزیکی سبز با مقدار ۰/۰۰۱ می‌باشد.

واژه‌گان کلیدی: اعتبارسنجی، توسعه کارآفرینی، کارآفرینی اکوتوریستی، مناطق روستایی.

۱. مقدمه

به زعم انجام مطالعات در زمینه مسایل توسعه کارآفرینی روستایی در ادبیات جهانی و ایران (Allen et al., 2003: 5) (Kayne, 2002: 5) (Reagan; 2002) (افتخاری و سجاسی قیداری، ۱۳۸۹) (افتخاری و همکاران، ۱۳۸۷) (افتخاری و همکاران، ۱۳۸۹) (فرجی سبکبار و همکاران، ۱۳۹۰)، بعد کارآفرینی اکوتوریستی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. به نظر می‌رسد شکاف موجود در زمینه فرآیند بومی سازی شاخص‌های کارآفرینی اکوتوریستی که امکان تحلیل توسعه کارآفرینی اکوتوریستی روستایی را فراهم می‌سازد، با توجه به گسترش شتابان حوزه گردشگری و زیرشاخه‌های مربوط به آن به ویژه اکوتوریسم چشم‌گیر می‌باشد. از سوی دیگر، بعضی از مطالعات موجود در حوزه کارآفرینی گردشگری، برخی از شاخص‌ها را در بررسی توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی و زیرمجموعه‌های آن مورد استفاده قرار داده‌اند، بدون اینکه از صحت و اعتبار آن‌ها اطمینان داشته باشند. بعلاوه پیچیدگی و میان رشته‌ای بودن موضوع‌هایی مانند کارآفرینی اکوتوریستی (پیوند کارآفرینی، اقتصاد و محیط زیست)، همچنین لزوم کمی و قابل اندازه‌گیری کردن این گونه موضوعات، ضرورت تدوین شاخص‌های مناسب و بومی برای بررسی مسایل مرتبط با کارآفرینی اکوتوریستی را نشان می‌دهد. بنابراین مسئله اصلی در این مطالعه، لزوم حرکتی جدید به منظور ساختن شاخص‌های سیستماتیک برای عملیاتی کردن ابعاد مختلف توسعه کارآفرینی اکوتوریستی متناسب با شرایط مناطق روستایی ایران است تا محققان و برنامه‌ریزان مسایل روستایی بتوانند در مطالعات خود از این شاخص‌ها استفاده کنند. علاوه بر این شاخص‌ها ارزش و اعتبار بالایی در فرآیند برنامه‌ریزی و توسعه کارآفرینی گردشگری و به ویژه اکوتوریسم دارند، زیرا آن‌ها می‌توانند اطلاعات دقیق‌تر و کاربردی تری از مسایل و نحوه توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی ارائه می‌دهند. بنابراین این مقاله در صدد است تا به تدوین شاخص‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریسم روستایی و بومی سازی آن‌ها بپردازد و آن‌ها را در معرض قضاوت و داوری عده‌ای از اساتید دانشگاه و کارشناسان سازمان‌های اجرایی فعال مرتبط با موضوع قرار دهد تا فهرستی از شاخص‌های توسعه کارآفرینی اکوتوریستی که در شرایط مناطق روستایی ایران از اعتبار لازم برخوردارند، تهیه کند و در اختیار سیاستگذاران، برنامه‌ریزان، مدیران و محققان قرار دهد. در این راستا سوال کلیدی مقاله را می‌توان بدین ترتیب صورت بندی کرد که: شاخص‌های اساسی در حوزه توسعه کارآفرینی اکوتوریسم کدامند و با توجه به شرایط مناطق روستایی ایران، وزن این شاخص‌ها از نظر خبرگان دانشگاهی و کارشناسان اجرایی چه اندازه بوده و اجماع نظر بر روی شاخص‌ها تا چه میزان می‌باشد؟

۲. مروری بر ادبیات تحقیق

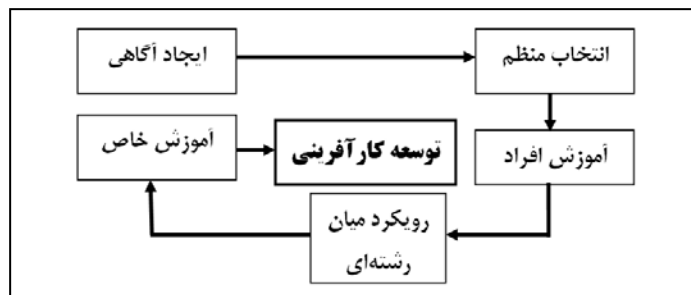
۲-۱. مبانی نظری

تاکنون مطالعات متعددی در رابطه با کارآفرینی روستایی صورت گرفته است اما به جهت جدید بودن موضوع کارآفرینی گردشگری و نیز کارآفرینی اکوتوریستی، لذا در این رابطه مطالعات دقیقی که بیان‌کننده مفهوم دقیق این عبارت باشد، در ادبیات جهانی و داخلی کمتر بوده و که اکثریت آن‌ها تجربی بوده و تحقیقات

نظریه‌های بسیار کم می‌باشد (Li, 2008: 1018). بر این اساس، کوپل^۱ (۲۰۰۷) بیان می‌کند که تحقیقات کارآفرینی امروزه به لحاظ تجربی قوی بوده اما از لحاظ نظریه‌ای ضعیف و بدون پایه مشخص تئوریک و اندیشه‌ای می‌باشند (Koppl, 2007: 5) که ضعف این چارچوب تئوریک، تصمیم‌گیری در رابطه با درستی، دقت و یکپارچگی نتایج به دست آمده از مطالعات را دچار مشکل می‌سازد. بنابراین تحقیق و پژوهش در کارآفرینی گردشگری، حوزه نسبتاً جوان می‌باشد. بطوری که برخی از محققان به لحاظ چرخه حیات پژوهش، آن را در دوره رشد و نوجوانی دانسته (Low & MacMillan, 1988: 140) و برخی دیگر هنوز آن را در حال شکل‌گیری و ظهور می‌دانند (Busenitz & et al., 2003: 289). مطالعات صورت گرفته در زمینه کارآفرینی گردشگری همانند قطعات متعدد پازل می‌باشند که هنوز در کنار یکدیگر قرار نگرفته‌اند تا یک شکل تئوریکی منسجمی را تشکیل دهند (Koppl & Minniti, 2003: 81). زیرا مطالعات متعدد در رابطه با کارآفرینی گردشگری وجود دارد که بر اساس سؤال وهدف یکسان، دارای تئوری همسو نمی‌باشند و به عبارتی دیگر می‌توان گفت که از ضعف تئوری یکسان و همسو برخوردار می‌باشند (Koppl, 2007: 5). یکی از دلایل عمده عدم شکل‌گیری پایه نظریه‌ای متجانس و واحد در رابطه با کارآفرینی گردشگری و همچنین وجود تنوع مطالعاتی در این زمینه، میان رشته‌ای بودن مباحث کارآفرینی گردشگری می‌باشد که توسط محققان رشته‌های متعددی مانند اقتصاد، روانشناسی، جامعه‌شناسی، جغرافیا و مدیریت مطالعه می‌گردد. بر این اساس کارآفرینی گردشگری نشأت گرفته از هر کدام از رشته، از پایه‌ها و مبانی نظریه‌ای آن رشته برای تبیین کارآفرینی استفاده می‌گردد (Landstrom, 2005: 7). لذا می‌توان گفت تضمینی وجود ندارد که رویکرد نظری بکار گرفته شده از یک رشته علمی توانایی تبیین مسایل محوری در کارآفرینی گردشگری باشد. زیرا کارآفرینی ذاتاً مقوله‌ای پیچیده می‌باشد که آن را به یک موضوع علمی میان رشته‌ای و فرا رشته‌ای نزدیک می‌سازد. بنابراین مطالعات آینده کارآفرینی گردشگری نیازمند چارچوب تئوریکی منسجمی و متشکل از فلسفه اندیشه‌ای، روش‌شناسی و برنامه‌ریزی میان رشته‌ای برای شکل‌گیری تئوری جدید است. با این وجود، در طول چند دهه گذشته از مطالعات کارآفرینی گردشگری، برخی از حوزه‌های کارآفرینی گردشگری بیش از پیش مورد توجه محققان قرار گرفته و مورد تمرکز آن‌ها بوده است. اما در این ارتباط یکی از ضعف‌ها موجود در حوزه کارآفرینی اکوتوریستی که پیوند دهنده چارچوب نظری با بعد تجربی در تحقیقات می‌باشد؛ شاخص‌شناسی می‌باشد. اما از آنجایی که مطالعات کمتری در رابطه با کارآفرینی گردشگری و خاصه کارآفرینی اکوتوریستی انجام شده، لذا عوامل و شاخص‌های تاثیرگذار و تسهیل‌کننده توسعه کارآفرینی اکوتوریستی کمتر مد نظر قرار گرفته است. با این وجود به جهت شکل‌گیری این نوع کارآفرینی در جوامع محلی و روستایی، می‌توان از مطالعاتی که در زمینه توسعه کارآفرینی و همچنین کارآفرینی روستایی انجام شده، استفاده کرد و به شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی اکوتوریستی پرداخت. از جمله این مطالعات می‌توان به مواردی اشاره کرد که در ادامه به تعدادی از آن‌ها اشاره شده است: سازمان بهره‌وری آسیا^۲ در مدل توسعه کارآفرینی تأکید اساسی بر آموزش افراد برای کارآفرینی می‌باشد و به نوعی می‌توان گفت این مدل بیشتر با رویکرد آموزش کارآفرینی می‌باشد (شکل ۱). دابسون^۳ نیز

-
1. Koppl
 2. Asian Productivity Organization
 3. Dabson

توسعه کارآفرینی را در گرو وجود و تأمین پنج مؤلفه اساسی می‌داند که عبارتند از آموزش، تحقیق و توسعه، دسترسی به وام و سرمایه، شناخت شبکه‌های کارآفرینی و شکل‌گیری محیط حمایت‌کننده می‌باشند (شکل ۲).



شکل ۱. مدل یکپارچه توسعه کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک (منبع: Asian Productivity Organization, 2007: 109)



شکل ۲. توسعه کارآفرینی (منبع: Dabson, 2009: 28)

استیونسون و لوندسترتم^۱ با نگاهی نسبتاً وسیع‌تر به کارآفرینی، توسعه کارآفرینی را در سایه انجام سطوح مختلفی از فعالیت‌های به هم پیوسته می‌داند که مجموع آن‌ها شکل‌دهنده بسترهای لازم برای کارآفرینی می‌باشد. از دیدگاه او ابتدا تجربه‌های کاری و شغلی در کنار نارضایتی‌های شکل گرفته نسبت به وضع موجود سرآغاز انجام حرکت‌هایی از سوی افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه است که در ادامه از طریق عوامل دیگری مانند پتانسیل‌های موجود در بازار، پاداش‌های آرایه شده نسبتاً قابل توجه به کارهای جدید و انجام دوره‌های آموزشی به پیش رانده می‌شود. در ادامه برای نهایی شدن اقدام برای کارآفرینی نیاز به در نظر داشتن موارد مختلفی از شرایط محیط بیرونی را برای کارآفرینان مورد تأکید قرار می‌دهد که از جمله

1. Stevenson and Lundström

آن‌ها توجه به ساختارهای مالیاتی، قوانین، ساختار قیمت و هزینه‌هایی که نیاز است انجام شود، از جمله موارد بیرونی می‌باشد. در این میان استیونسون و لوندستریم معتقدند که برای کارآفرین ماندن یا به عبارت دیگر تداوم فعالیت‌های کارآفرینانه در چرخه‌های رقابتی بازار و ادامه رشد، نیاز به شناخت شبکه‌های مختلف کارآفرینی مرتبط با کسب و کار خود دارد تا متناسب با شرایط فراهم شده از رقابت با سایر کارآفرینان به توسعه فعالیت‌ها و کسب و کارهای نوآورانه اقدام کند (شکل ۳). در مطالعه دیگری ایزنبرگ^۱ توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه را در گرو وجود ۶ بعد کلیدی می‌داند که شامل سیاست‌گذاری، سرمایه‌گذاری، فرهنگ، حمایت‌ها، سرمایه انسانی و بازارها می‌باشند. اما در مجموع هر یک از ابعاد شش گانه مطرح شده به ۱۲ مؤلفه کلیدی تقسیم بندی شده‌اند که به نوعی پوشش دهنده زوایای مختلف شکل دهنده کارآفرینی می‌باشند. در نهایت مؤلفه‌های تعریف شده نیز با انجام بررسی‌هایی به ۳۵ شاخص کلیدی تبدیل شده‌اند (شکل ۴).



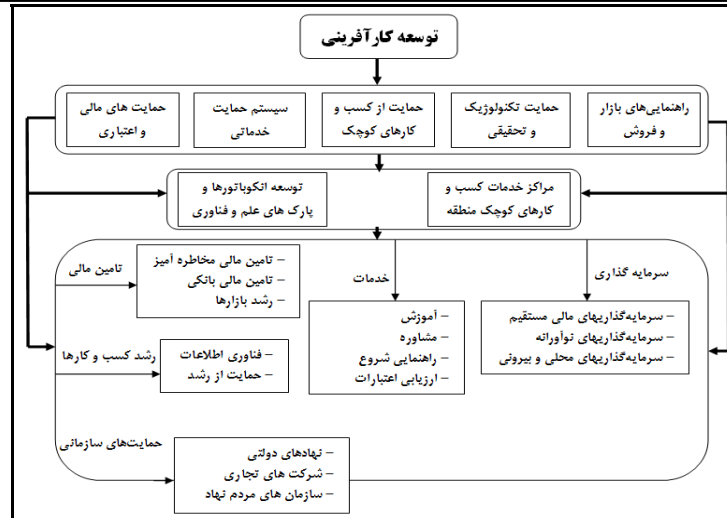
شکل ۳. مدل مفهومی فعالیت در توسعه کارآفرینی (منبع: Stevenson and Lundström, 2005)



شکل ۴. اکوسیستم توسعه کارآفرینی (منبع: Isenberg, 2011: 7)

جیانزهونگ و اسمالبون^۱ در مطالعه در ارتباط با توسعه کارآفرینی در چین، عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی این کشور را در سه سطح اساسی مورد بررسی قرار داده که در مجموع از ۱۲ مؤلفه اساسی در کنار شاخص‌های متعدد قابل مشاهده می‌باشد. نکته اساسی در این مطالعه نسبت به مطالعه‌های دیگر، توجه به نقش انکوباتورها و پارک‌های علم و فناوری و همچنین کسب و کارها در سطح منطقه برای توسعه کارآفرینی می‌باشد (شکل ۵).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



شکل ۵. سیستم توسعه کارآفرینی در چین (منبع: Jianzhong and Smallbone, 2011: 6)

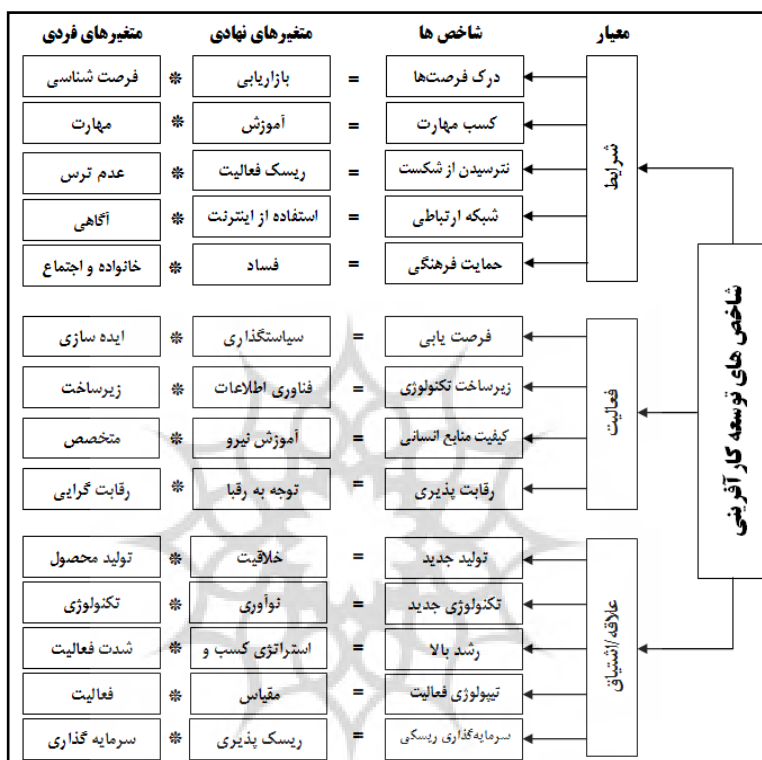
چارچوب سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه و اتحادیه اروپا^۱ در مطالعه‌ای در رابطه با شاخص‌های کارآفرینی، به معرفی سه سطح از فرآیند کارآفرینی را با توجه به رویکرد فرآیند در فعالیت‌های کارآفرینانه پرداخته است که شامل محل شکل‌گیری شرایط توسعه کارآفرینی، مرحله انجام فعالیت کارآفرینانه و در نهایت مرحله اثرات کارآفرینی می‌باشد. در مرحله شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی به شش مؤلفه اساسی و ۲۸ شاخص کلیدی اشاره دارد (شکل ۶).



شکل ۶. چارچوب سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه و اتحادیه اروپا برای شاخص‌های کارآفرینی

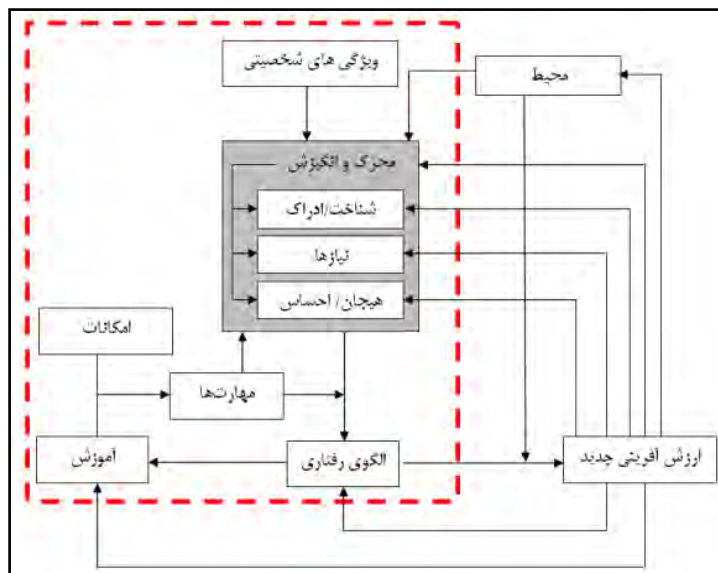
(منبع: Nadim and Anders, 2008: 20)

زالاتان و سزرب^۱ در راستای تبیین معیارها و شاخص‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی، به ترکیب متغیرها در دو محیط نهادی و فردی اشاره دارند. آن‌ها معیارها را در سه سطح شرایط، فعالیت و علاقه مندی به کارآفرینی تقسیم کرده و برای هر یک شاخص‌هایی را بر اساس ترکیب متغیرهای محیط نهادی و فردی در نظر می‌گیرند (شکل ۷). اگانسیجان^۲ نیز بر اساس رویکرد روانشناختی نسبت به توسعه کارآفرینی، از طریق در شناسایی و برقراری ارتباط مؤلفه‌های ۹ گانه به ارائه مدل ساختاری - کارکردی توسعه کارآفرینی پرداخته است که در نهایت منجر به ارزش آفرینی‌های جدید شده و این ارزش‌های جدید شکل گرفته خود دوباره در بازخوردهای متفاوت تقویت کننده مؤلفه‌های شکل دهنده می‌باشد (شکل ۸).



شکل ۷. ساختار شاخص‌های توسعه کارآفرینی (منبع: Zoltán and Szerb, 2010: 13)

1. Zoltán and Szerb
2. Oganisjana



شکل ۸. مدل ساختاری - کارکردی جامع توسعه کارآفرینی (منبع: Oganisjana, 2011:11)

به طور کلی توسعه کارآفرینی در حوزه‌های مطالعاتی مختلف و در ارتباط با موضوعات تخصصی مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته و سطوح تحلیل و شاخص‌های سنجش آن‌ها متناسب با هدف مطالعه ارایه شده است. به عبارتی دیگر نگرش و بسترهای فکری و اندیشه‌ای شکل دهنده نوع نگاه محقق به توسعه کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن است که در این زمینه می‌توان به مطالعات آلیسون (Alison, 1990)، مایا (Maia, 2002)، مایاک (Macke, 2001)، آلن (Allen & et al., 2003)، سازمان بهره‌وری آسیا (Asian Productivity Organization, 2007)، زالاتان و سزرب (Zoltán and Szerb, 2010)، دابسون (Dabson, 2009)، استونسون و لندسترم (Stevenson and Lundström, 2005)، ایزنبرگ (Isenberg, 2011)، جیانزهونگ و اسمالبون (Jianzhong and Smallbone, 2011)، نادایما و اندرسون (Nadim and Anders, 2008) و اگانیسجان (Oganisjana, 2011) اشاره کرد که هر کدام به نوعی توسعه کارآفرینی و شاخص‌های مؤثر بر آن را مورد بررسی قرار داده و با رویکرد خاصی آن را تحلیل کرده‌اند (جدول ۱).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۱. نگرش به توسعه کارآفرینی و شاخص‌های سنجش آن

نویسنده	منبع	نگرش به توسعه کارآفرینی	شاخص‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی
آلیسون	(Alison, 1990)	کارآفرینی را در محتوای زمینه‌ای، سازمانی و محیطی می‌بیند.	ژنتیک، خانواده، آموزش، تجربیات، مکان جغرافیایی، مهارت‌ها و دانش‌های کسب شده، ارتباط افراد کارآفرین، تجربه فعالیت در کارهای کوچک، شرایط اقتصادی، دسترسی به سرمایه‌های موجود، فرصت‌های دسترسی به مشاوره، دسترسی به خدمات حمایتی، مشتریان و افراد مورد نیاز
مایا و مایاک	(Maia, 2002) و (Macke, 2001)	کارآفرینی را در محتوای عوامل محیطی و نهادی می‌بیند.	زیرساخت‌ها، حمایت‌ها، سرمایه، خدمات حرفه‌ای، بازار نیروی کار، فرهنگ، آموزش، کیفیت زندگی، سیاست‌های کلان، امنیت، سیاست‌های تجاری
آلن و همکاران	(Allen & et al., 2003)	بر محتوای ساختارهای جامعه محلی و ملی تمرکز دارد.	محیط اجتماعی، اقتصادی، اکولوژیکی، برنامه‌ها، سازمان‌های حمایت کننده، زیرساخت‌ها، صنعت و فناوری
سازمان بهره‌وری آسیا	(Asian Productivity Organization, 2007)	توسعه کارآفرینی را در محتوای آموزش‌های کارآفرینانه می‌بیند.	آگاهی و آموزش
زالاتان و سزرب	(Zoltán and Szerb, 2010)	توسعه کارآفرینی را در محتوای ترکیب متغیرهای نهادی و فردی می‌داند	درک فرصت، کسب مهارت، نترسیدن از شکست، شبکه‌های ارتباطی، حمایت فرهنگی، فرصت یابی، زیرساخت‌های تکنولوژی، کیفیت منابع انسانی، رقابت پذیری، تولید جدید، رشد بالا، تیپولوژی فعالیت، سرمایه گذاری ریسکی
دایسون	(Dabson, 2009)	توسعه کارآفرینی را در قالب حمایت بخش عمومی می‌بیند.	آموزش، دسترسی به وام و سرمایه، تحقیق و توسعه، شبکه‌های کارآفرینی، محیط‌های حمایتی
استونسون و لندسترم	(Stevenson and Lundström, 2005)	توسعه کارآفرینی را در سطح فعالیت کارآفرینانه مورد بررسی قرار می‌دهد.	سود، رشد، نارضایتی، رقابت پذیری، تجربه کاری، آموزش، مدل‌های نقش
ایزنبیگ	(Isenberg, 2011)	توسعه کارآفرینی را در محتوای فعالیتی اکوسیستمی مورد توجه قرار می‌دهد.	رهبری، مشتریان، دولت، سرمایه مالی، ویژگی‌های فردی، هنجارهای اجتماعی، شبکه‌ها، نیروی کار، نهادهای آموزشی، نهادهای غیر دولتی، زیرساخت‌ها
جیانزهونگ و اسمالبنون	(Jianzhong and Smallbone, 2011)	توسعه کارآفرینی را در محتوای فعالیتی سیستمی مورد توجه قرار می‌دهد.	راهنمایی‌های بازار و فروش، حمایت تکنولوژیک و تحقیق، سیستم حمایت خدماتی، حمایت‌های مالی و اعتباری، حمایت‌های سازمانی، سرمایه گذاری
نادیما و اندرسون	(Nadim and Anders, 2008)	توسعه کارآفرینی را در محتوای سیاست گذاری کارآفرینانه مورد توجه قرار می‌دهد.	فرهنگ کارآفرینی، توانایی‌های کارآفرینانه، تکنولوژی، تحقیق و توسعه، شرایط بازار، سیاست گذاری و قانون گذاری
اگانسیجان	(Oganisjana, 2011)	توسعه کارآفرینی را در محتوای ساختار - کارکردی مورد توجه قرار می‌دهد.	محیط، ویژگی‌های شخصیتی، امکانات، مهارت، الگوی رفتاری، آموزش

منبع: جمع‌بندی از نگارندگان با منابع در دسترس، ۱۳۹۲

با وجود مشترکات بسیار زیاد در شاخص‌ها و مؤلفه‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی از دیدگاه محققان، اما نکته اساسی نحوه ترکیب و جایگاه قرارگیری مؤلفه‌ها و شاخص‌ها در فرآیند کارآفرینی است که توافقی بین محققان در این زمینه وجود ندارد و این مسئله در همه مدل‌های کارآفرینی اشاره شده قابل درک می‌باشد. از طرفی دیگر در بیشتر مدل‌های توسعه کارآفرینی ارائه شده تأکید اساسی بر رویکرد اقتصادی و رشدگرا بوده و توجه به محیط‌زیست و اجتماع محلی کمتر مشاهده می‌شود. بنابراین، مجموعه مباحث فوق در زمینه توسعه کارآفرینی و مؤلفه‌ها و معیارها و شاخص‌های مؤثر بر آن نشان می‌دهد که این اصطلاح در حوزه‌های مطالعاتی مختلف مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است و طیفی از عوامل و عناصر بر آن تأثیر دارند؛ به همین خاطر در مطالعات انجام شده بر اساس سطح تحلیل (فردی، سازمانی، سطح جامعه) تعدادی از شاخص‌ها را انتخاب کرده و مورد تحلیل قرار داده است. با این وجود باید اشاره کرد که شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی تحت تأثیر

عوامل مثبت و منفی موجود در محیط می‌باشد که به نحوه پیوند این عوامل و روابط خنثی کنندگی و تقویت کنندگی عوامل و همچنین نوع کارآفرینی و مقیاس آن بستگی دارد. بر این اساس توسعه کارآفرینی در حوزه اکوتوریسم به جهت ارتباط عمیق با بحث‌های توسعه پایدار و محیط زیستی شکل ویژه‌ای از کارآفرینی شکل می‌گیرد که تلفیقی از رویکرد رشدگرایی اقتصادی بر پایه حفظ محیط زیست می‌باشد. به عبارتی مسئله توسعه کارآفرینی اکوتوریستی شکل دهنده مفهوم اقتصاد زیست محیطی در جوامع محلی می‌باشد که بر اساس سیاست‌ها و رویه‌های خاص خود دارای تعریف، ابعاد و شاخص‌های ویژه‌ای می‌باشد که تا حدودی متمایز از سایر اشکال کارآفرینی می‌باشد.

همچنانکه بحث شد نویسندگانی از حوزه‌های مختلف مطالعاتی در این زمینه به بحث پرداخته‌اند؛ بحث‌هایی که مستقیماً در رابطه با توسعه کارآفرینی اکوتوریستی توسط نویسندگانی همچون مدل چرخه حیات گردشگری باتلر (ولا و بیچریل، ۱۳۸۴)، مدل تکامل فضایی بورتون (هال کالین و جنکینز، ۱۳۷۷)، مدل الماس (Fadееva & Halme, 2001) و مدل آشوب (Russell & Faulkner, 2004) صورت گرفته است ابعاد مختلف توسعه کارآفرینی اکوتوریسم را تبیین کرده‌اند با این حال چارچوبی مشخص از ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های تاثیرگذار در توسعه کارآفرینی اکوتوریسم به صورت مشخص ارائه نشده است. همان طوری که پیش‌تر نیز بیان شد، توسعه کارآفرینی اکوتوریستی متأثر از عوامل مختلفی است و در چارچوب‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. عده‌ای آن را فقط در قالب عوامل زمینه‌ای نگریسته‌اند؛ بعضی آن را از منظر قواعد، قوانین و ساختار دیده‌اند؛ و بعضی نیز آن را در سطح مهارت‌های فردی و گروهی مورد تحلیل قرار داده‌اند. اما مناسب ساختار برای شاسایی شاخص‌ها، پذیرش تعریفی به عنوان پایه کلیدی می‌باشد که بر اساس ادبیات نظری می‌توان گفت که توسعه کارآفرینی اکوتوریستی عبارت است از: مجموعه‌ای از عوامل و شرایط زمینه‌ای، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و شیوه‌های رفتاری منطبق با اصول کارآفرینی، اکوتوریسم و توسعه پایدار است که با ایجاد مکانیزم‌های 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 حوزه اکوتوریسم می‌گردد. لذا بر اساس مجموعه مباحث پیشین در رابطه با مؤلفه‌ها و شاخص‌های توسعه کارآفرینی و همچنین تعریف کارآفرینی اکوتوریستی، شاخص‌های تاثیرگذار در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی را به صورت کلی می‌توان به سه شاخه اساسی شاخص‌های رفتاری، زمینه‌ای و ساختاری تقسیم بندی کرد (میرزایی اهرنجانی و امیری، ۱۳۸۱):

نخست، آن بعد از توسعه کارآفرینی اکوتوریستی که بر **بسترها و شرایط محیطی کارآفرینی اکوتوریستی** موجود در مناطق با پتانسیل اکوتوریستی تمرکز دارد. همان طوری که بیان شد در این بعد که همسو با **بعد زمینه‌ای** می‌باشد توجه اساسی به جنبه‌هایی از عوامل شکل دهنده و مؤثر در توسعه کارآفرینی می‌باشد که **بسترهای کارآفرینی** را شکل می‌دهند. یعنی کلیه عواملی که زمینه ساز عوامل رفتاری و ساختاری می‌باشند. مؤلفه‌هایی که بر اساس مطالعات انجام شده و تعریف صورت گرفته از توسعه کارآفرینی می‌توان ارایه کرد عبارتند از ۵ مؤلفه: زیرساخت‌ها و تکنولوژی سازگار با کارآفرینی اکوتوریسم، ظرفیت‌های محیطی منطبق با کارآفرینی اکوتوریسم، فرصت‌های ناشی از بازار کارآفرینی اکوتوریسم، دسترسی به منابع مالی مرتبط با کارآفرینی اکوتوریسم، و بستر اجتماعی تقویت کننده کارآفرینی اکوتوریسم. هر یک از مؤلفه‌های اشاره شده

دارای شاخص‌هایی می‌باشد که در مجموع در این بعد مربوط به بسترها و شرایط محیطی ۱۰ شاخص را می‌توان بیان کرد که شامل: زیرساخت‌های فیزیکی سبز، فناوری سبز، تنوع زیستی، تنوع جغرافیایی، حجم تقاضای اکوتوریسم، رقابت پذیری در اکوتوریسم، نزدیکی به بازار مصرف، دسترسی به اعتبارات بانکی، سرمایه گذاری مخاطره آمیز، و فرهنگ کارآفرینی مشوق؛ می‌باشند.

دوم، آن بُعد از توسعه کارآفرینی اکوتوریستی که در مورد سیاست‌ها و رویه‌های قانونی در مناطق با پتانسیل اکوتوریستی بحث و تحلیل می‌کند؛ و عبارتست از کلیه عوامل غیر انسانی مانند: ساختار، سیاست‌ها، قوانین و مقررات و نظایر این‌ها که فراهم کننده شرایط شکل گیری توسعه کارآفرینی اکوتوریسم می‌توانند باشند. در این بعد به دو مؤلفه اساسی سیاست‌های حمایتی دولت از کارآفرینی اکوتوریسم و ترتیبات قانونی مناسب کارآفرینی اکوتوریسم اشاره کرد که به چهار شاخص قابل تقسیم بندی می‌باشند.

سوم، آن بُعد از توسعه کارآفرینی اکوتوریستی که ویژگی‌های فردی و اجتماعی کارآفرین اکوتوریستی را مورد کنکاش قرار می‌دهد. کلیه عوامل مربوط به نیروی انسانی و شخصیتی کارآفرینان است که در اجرای کارآفرینی فعالیت دارند. در این بعد سه مؤلفه اساسی برخورداری از قابلیت کارآفرینانه در اکوتوریسم، درک کارآفرینانه از اکوتوریسم، و ویژگی‌های رفتاری-اجتماعی کارآفرینان اکوتوریسم وجود دارد که در برگرفته ۱۰ شاخص می‌باشند که شامل برخورداری از دانش تخصصی کارآفرینی اکوتوریسم، آموزش مهارت کارآفرینی اکوتوریسم، برخورداری از تجربه، قصد و انگیزه کارآفرینی اکوتوریستی، درک امکان‌پذیری کارآفرینی اکوتوریسم، توفیق طلبی، هوشیاری و خلاقیت کارآفرینانه، احساس تعلق، ریسک پذیری، همکاری و مشارکت، تشخیص فرصت‌های اکوتوریستی هستند.

از سوی دیگر قابل ذکر است که بر اساس نگاه فرآیندی به کارآفرینی، در مرحله فرآیند و نتایج، کارآفرینی شکل گرفته ناشی از ترکیب این عوامل، دارای ویژگی‌هایی در زمینه خلاقیت و نوآوری که خاص اکوتوریسم بوده و همچنین رشد و توسعه‌ای را شکل خواهد داد که در کنار کسب سود و درآمد برای کارآفرینان اثرات مثبت اجتماعی را نیز در برگرفته و سازگار با شرایط زیست محیطی و پتانسیل‌های اکوتوریستی خواهد بود. اما باید توجه داشت که مشکلات راهبردی در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی عمدتاً نشأت گرفته از بعد زمینه‌ای و ساختاری که مرتبط با بسترها و قوانین و حمایت‌های دولتی بوده، می‌باشد. زیرا کارآفرینان و فعالان حوزه کسب و کارهای اکوتوریستی به دلیل نداشتن منابع مالی، زیرساخت‌های مناسب، پایین بودن سطح آموزش و نداشتن مشوق، دانش و ابزارها در زمینه دستیابی به کارآفرینی اکوتوریستی می‌باشد. البته باید توجه داشت که سطح جغرافیایی لازم برای توسعه کارآفرینی پایدار گردشگری و اکوتوریسم، نیازمند تلاشی ملی، منطقه‌ای و محلی است تا بتواند اثر مثبتی در بازارهای گردشگری ایجاد کند. در این خصوص تنها فرد کارآفرین امکان تغییر در رویکرد گردشگری را نمی‌تواند داشت باشد. بلکه وجود رویه و سیاست منطقه‌ای مناسب برای گردشگری پایدار و زیر مجموعه‌های آن تشویق کننده کارآفرینان برای به دست آوردن برچسب‌های سبز^۱ مانند نشان کلید سبز^۲ یا استاندارد گل اروپایی^۳ است. البته باید توجه داشت که در کشورهای با قوانین قوی در زمینه

-
1. Eco-Labels
 2. Green Key
 3. European Flower

گردشگری پایدار و اکوتوریسم، بیشتر کارآفرینان و کسب و کارهای فعال در این زمینه برای به دست آوردن قسمت بیشتری از بازار و جذب گردشگران زیاد تلاش می‌کنند تا به برچسب‌های زیست محیطی دست پیدا کنند زیرا با تحول در حوزه فرهنگ گردشگران، تقاضا برای خدمات و محصولات با برچسب محیطی در این کشورها بسیار بالا می‌باشد (Kernel, 2005: 157).

۳. روش‌شناسی تحقیق

این مطالعه در دو مرحله انجام گرفته است: در مرحله اول با واکاوی انتقادی به ادبیات موضوع در زمینه شاخص‌های توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، بود که تعدد ۳۶ شاخص تدوین و انتخاب گردید که در مجموع می‌توان با در نظر داشتن تعریف توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، به دو گام اساسی در الگوی مورد نظر اشاره کرد: **گام اول:** توجه به عوامل بسترساز و زمینه ساز با ۲۵ شاخص به عنوان ورودی‌های مدل که نقش عناصر پایه در مدل را داشته و متشکل از سه بعد کلیدی: شرایط محیطی (یا بعد زمینه ای) با ۱۰ شاخص، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی (یا بعد ساختاری) با ۴ شاخص و ویژگی‌های فردی و جمعی کارآفرینانه (یا بعد رفتاری کارآفرین) با ۱۱ شاخص می‌باشد. در این گام توجه اساسی آن دسته از سیاست‌ها و رویه‌هایی است که تسهیل کننده و تشویق کننده کارآفرینی در مناطق با پتانسیل و ظرفیت اکوتوریستی می‌باشد که در برگزیده قوانین، سیاست‌ها و حمایت‌های دولتی می‌باشد. در زمینه شرایط محیطی نیز به مواردی از قبیل وجود فرهنگ کارآفرینی، تشویق و ترغیب، شرایط بازار، وجود پتانسیل‌های اکوتوریستی، مشارکت افراد محلی تمرکز دارد. در ویژگی‌های کارآفرینانه نیز به علائق فردی و اجتماعی کارآفرین به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در زمینه اکوتوریسم، درک کارآفرینانه از اکوتوریسم و مواردی از این قبیل توجه می‌گردد. لذا بر اساس مجموعه مباحث نظری، تحلیل‌های بعمل آمده از توسعه کارآفرینی (Alison, 1990)، (Maia, 2002)، (Macke, 2001)، (Allen et al., 2003 & et al., 2007)، (Asian Productivity Organization, 2007)، (Zoltán and Szerb, 2010)، (Dabson, 2009)، (Stevenson and Lundström, 2005)، (Isenberg, 2011)، (Jianzhong and Smallbone, 2011)، (Nadim, 2008) (and Anders, 2008) و تعریف کارآفرینی اکوتوریستی و ابعاد سه‌گانه اشاره شده در فوق، مؤلفه‌ها و شاخص‌های نهایی مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی تدوین و ارائه شده است.

گام دوم: برآیند فعالیت کارآفرینانه اکوتوریستی می‌باشد که با ۱۱ شاخص نشان دهنده کسب و کارها و خدمات شکل گرفته ناشی از کارآفرینی می‌باشد. در این مرحله نتیجه کارآفرینی اکوتوریستی در محصولات و خدمات نمود عینی پیدا می‌کند در سه شکل می‌توان نتایج، اثرات و پیامدهای آن را مورد توجه قرار داد: الف) نوآوری‌ها و خلاقیت‌های شکل گرفته در زمینه اکوتوریسم (به نقل از: Schumpeter, 1934)؛ ب) رشد و توسعه صورت گرفته از طریق اکوتوریسم در سطح محلی و منطقه‌ای که اشاره به تغییرات نسبت به گذشته دارد (Verheul & et al., 2001) (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰)؛ و ج) سازگاری زیست محیطی کسب و کارهای شکل گرفته که از ویژگی‌های اساسی و متمایز کننده یک فعالیت کارآفرینی اکوتوریستی بر پایه توسعه پایدار با فعالیت عادی کارآفرینی می‌باشد که می‌توان از طریق شاخص‌هایی مانند مصرف انرژی پایین، کاهش حجم مواد خام مصرفی، استفاده از مواد تجدید پذیر، قابلیت برگشت پذیری تولیدات، رعایت اخلاق زیست محیطی، مدیریت پسماندها، استفاده از فناوری‌های و زیر ساخت‌های سازگار با محیط زیست هر سه مرحله را مورد

ارزیابی قرار داد (Cohen and Winn, 2007), (Pacheco, D.F., et al., 2009), (Dean and McMullen, 2007), (Allione, 2011) (Sekerka, 2011) (Marshall, 2009) (Kotab and Helsen, 2004) (Croston, 2008).

همچنانکه در بحث‌های نظری مورد اشاره قرار گرفت با توجه به بحث‌ها و رویکردهای مختلفی که در زمینه توسعه کارآفرینی وجود دارد به تبع آن مولفه‌ها و شاخص‌های آن نیز متنوع و گسترده می‌باشند. بنابراین اگرچه مجموعه شاخص‌ها در ارتباط با هم و در کنار هم به صورت یکپارچه آن مفهوم را شکل می‌دهند با این حال بعضی از شاخص‌ها نسبت به بعضی دیگر از اهمیت بیشتر و یا کمتری برخوردارند. بر همین اساس در تحقیقات علمی ضمن شناخت مجموعه شاخص‌های شکل‌دهنده یک مفهوم، تعیین اهمیت و وزن نسبی هر کدام از شاخص‌ها در شکل بخشیدن به آن مفهوم و انتخاب شاخص‌های متناسب با مطالعه موردی از اهمیت شایان توجهی برخوردار است. بر همین اساس در این تحقیق برای به دست آوردن شاخص‌های مهم در ارتباط با توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، نخست شاخص‌ها بر اساس مطالعات نظری مستندسازی گردید. لذا برای این منظور در مرحله دوم تلاش شد تا کلیه مؤلفه‌ها و شاخص‌های مطرح شده برای فرضیات در قالب جدولی کلی از نظر مستندات علمی در ادبیات جهانی در ارتباط با مسئله مورد بررسی قرار گیرد. لذا به طور اجمالی نتیجه بررسی نزدیک به ۳۰ منبع متفاوت مرتبط با مسئله در قالب جدولی ارائه گردید که بیشترین فراوانی شاخص‌ها در بین عوامل مؤثر مربوط به شاخص تشخیص فرصت با ۱۳ مورد فراوانی و در رتبه دوم شاخص‌های آموزش مهارت‌های کارآفرینی و بسترهای قانونی حمایت‌کننده با ۱۱ فراوانی قرار دارند (جدول ۲ و ۳).



جدول ۲. مستندسازی شاخص‌های متغیرهای مستقل بسترها و زمینه‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی

متغیر اصلی	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها	فراوانی	
بسترهای محیطی کارآفرینی اکوتوریستی	زیرساخت‌ها و تکنولوژی سازگار با کارآفرینی اکوتوریسم	زیرساخت‌های فیزیکی سبز	۸	
		فناوری سبز	۶	
	ظرفیت‌های محیطی منطبق با کارآفرینی اکوتوریسم	تنوع زیستی	۸	
		تنوع جغرافیایی	۷	
	فرصت‌های ناشی از بازار کارآفرینی اکوتوریسم	حجم تقاضای اکوتوریسم	۹	
		رقابت پذیری در اکوتوریسم	۹	
		نزدیکی به بازار مصرف	۶	
		دسترسی به منابع مالی مرتبط با کارآفرینی اکوتوریسم	۶	
	بسترهای اجتماعی تقویت کننده کارآفرینی اکوتوریسم	سیاست‌های حمایتی دولت از کارآفرینی اکوتوریسم	دسترسی به اعتبارات بانکی	۶
			سرمایه گذاری مخاطره آمیز	۶
سبب‌ها و رویه‌های قانونی	ترتیبات قانونی مناسب کارآفرینی اکوتوریسم	فرهنگ کارآفرینی مشوق	۵	
		حمایت بیمه ای از کارآفرینی	۱۰	
		حمایت مشاوره ای از کارآفرینی	۱۰	
ویژگی‌های کارآفرینانه	برخوردار از قابلیت کارآفرینانه در اکوتوریسم	بسترهای قانونی کارآفرینی اکوتوریسم	۱۱	
		خوانا بودن قوانین کارآفرینی اکوتوریسم	۱۰	
	درک کارآفرینانه از اکوتوریسم	برخوردار از دانش تخصصی کارآفرینی اکوتوریسم	۱۰	
		آموزش مهارت کارآفرینی اکوتوریسم	۱۱	
	ویژگی‌های رفتاری - اجتماعی کارآفرینان اکوتوریسم	قصد و انگیزه کارآفرینی اکوتوریستی	برخوردار از تجربه	۱۰
			درک کارآفرینی اکوتوریسم	۹
		توفیق طلبی	درک امکان‌پذیری کارآفرینی اکوتوریسم	۹
			هوشیاری و خلاقیت کارآفرینانه	۸
			احساس تعلق	۸
			ریسک پذیری	۸
همکاری و مشارکت			۸	
تشخیص فرصت‌های اکوتوریستی		۱۳		

Maia, 2002; Koester, 2001; Kotab and Helsen, 2004; Moore, 1986; Polansky and Rosenberger, 2001; Histrich and peters, 2004; Macke, 2001; Kotler and Armstrong, 1999; Jones, 2008; Alison, 1990; Histrich and peters, 2004; Allen et al, 2003; Timmons, 1990; Stevenson and Lundstrom, 2005; Oganisjana, 2011; Maia, 2002; Gnyawali and Foyle, 1994; Namid and Anders, 2008; Isenberg, 2011, صمدآقایی، ۱۳۷۸؛ مقیمی، ۱۳۸۳

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 رتال جامع علوم انسانی

جدول ۳. مستندسازی شاخص‌های متغیر کسب و کارهای اکوتوریستی

متغیر اصلی	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها	فراوانی
کسب و کار اکوتوریستی	نوآوری و خلاقیت	ارائه کالا یا محصول جدید و سبز	۵
		ارائه خدمات جدید و سبز	۶
		یافتن منابع جدید و سبز	۶
		ایجاد تشکیلات و زیرساخت‌های جدید و سبز	۷
		ارائه روش‌های جدید و سبز	۴
	رشد و توسعه	گشایش بازارهای جدید و سبز	۵
		ارتقای سطح زندگی	۵
		افزایش بهره‌وری	۷
	سازگاری زیست محیطی	حفظ تنوع زیستی	۴
		بهداشت محیط	۴
حفظ میراث طبیعی و جاذبه‌ها		۷	

Alione, 2011; Koester, 2001; Kotab and Helsen, 2004; Kotler and Armesrtong, 1999; Polensky and Rosenberger, 2001; Jones, 2008; Shumpeter, 1934; Maia, 2002; Macke, 2001; Allen et al, 2003; Histrich and peters, 2004; Allison, 1990; Zoltan and Szrb, 2010; World resources inistitute, 2004; Costanza et al, 1997; Tietenberg, 2000; Buchanan and Faith, 1981; Dean and Mc Mullen, 2007; Hart and Christensen, 2002; Senge and Carstedt, 2001; Cohen and Winn, 2007; ۱۳۸۳، مقیمی

با توجه به ماهیت موضوع و همچنین نبود آمارهای رسمی در رابطه با تعداد جامعه نمونه خبرگان، لذا با توجه به رویکرد میان رشته‌ای بودن کارآفرینی اکوتوریستی، افرادی که دارای تخصص‌هایی همچون کارآفرینی، جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گردشگری، اکوتوریسم و محیط زیست، اقتصاد و مدیریت بودند یا افرادی که پژوهشی را در ارتباط با موضوع یا بخشی از آن انجام داده و دسترسی به آن‌ها امکانپذیر بود، برای تکمیل پرسشنامه به صورت تصادفی هدفمند انتخاب شدند. که در مجموع لیست ۴۳ نفره‌ای تهیه گردید و پرسش‌نامه به صورت تمام شماری در اختیار همه آن‌ها قرار گرفت و در نهایت ۳۲ نفر به پرسش‌نامه‌ها پاسخ دادند. لذا به منظور وزن دهی شاخص‌ها و معیارهای استخراج شده در رابطه با توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، از پاسخ‌گویان خواسته شد که به هر کدام از معیارها بر اساس طیفی از ۵-۱ امتیاز بدهند. (۱) به معنی کمترین اهمیت و (۵) به معنی بیشترین اهمیت می‌باشد. پس از ورود داده‌ها، تحلیل‌ها در چندین سطح انجام پذیرفت. در سطح اول اقدام به میانگین‌گیری از پاسخ‌های دریافت شده از خبرگان در ارتباط با هر یک از شاخص‌ها اقدام شد و متناسب با آن رتبه هر یک از شاخص‌ها مشخص گردید. در مشخص کردن اهمیت شاخص‌ها و مؤلفه‌ها، ابتدا از آزمون آنالیز واریانس استفاده شد تا به بررسی تفاوت‌ها میان متغیرها بپردازد که در صورت وجود تفاوت در میزان اثرگذاری هر یک از متغیرها در مسئله، در ادامه وزن تأثیرگذاری برای معیارها از طریق محاسبه ارزش استاندارد برای هر یک از نماگرها، شاخص‌ها و مؤلفه‌ها با استفاده از تحلیل چندمعیاره TOPSIS و سپس استفاده از ارزش‌های به دست آمده برای محاسبه وزن در کلیه سطوح استفاده شد. برای محاسبه وزن در همه سطوح نماگرها، شاخص‌ها و مؤلفه‌ها و متغیرها از شیوه توان رتبه‌ای استفاده شد که تابع آن به صورت زیر می‌باشد (پورطاهری، ۱۳۹۰):

$$(n - n_1 + 1)^2$$

همچنین به دلیل اینکه مجموع خبرگان مورد مطالعه علاوه بر اینکه از رشته‌های متعدد متخصص بودند تا مسأله بین رشته‌ای بودن مسئله مد نظر قرار گیرد، همچنین به صورت کلی می‌توان پاسخ‌گویان را به دو گروه خبرگان دانشگاهی و کارشناسان تقسیم‌بندی کرد که مقایسه نظرات کارشناسان در رابطه با هر یک از شاخص‌ها نیز می‌تواند به لحاظ تصمیم‌گیری مهم باشد. لذا از آزمون من ویتنی نیز برای مقایسه نظرات دو گروه خبرگان دانشگاهی و کارشناسان اجرایی در رابطه با شاخص‌ها پرداخته شد تا وجود یا عدم وجود اجماع نظر در رابطه با شاخص‌ها در بین دو گروه نیز مشخص گردد. بنابراین به صورت کلی باید گفت که روش مورد استفاده در این مقاله کاربردی، اکتشافی، توصیفی و تحلیلی است. از جنبه هدف این مقاله کاربردی است، زیرا در پی شاخص‌شناسی برای توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در زمینه "توسعه گردشگری" انجام می‌گیرد که نتایج حاصله از آن می‌تواند برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیرندگان امر را در زمینه امور برنامه‌ریزی کارآفرینی و گردشگری روستایی رهنمون باشد.

۴. یافته‌ها

جهت مشخص کردن سهم هریک از ابعاد سه گانه تبیین کننده توسعه کارآفرینی اکوتوریستی (شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی، ویژگی‌های فردی و اجتماعی کارآفرینان) و اینکه سهم کدام یک از ۲۵ شاخص مورد استفاده در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی بیشتر است، تلاش شد تا از طریق میانگین‌های شاخص‌ها مورد بررسی قرار گیرد. برای این منظور از آزمون‌های آماری توصیفی همانند میانگین حسابی استفاده شده است. لذا در این قسمت تلاش می‌شود با توجه به میانگین‌های به دست آمده اقدام به رتبه‌بندی شاخص‌ها گردد. بر اساس نتایج به دست آمده در بین شاخص‌های ۱۰ گانه عامل شرایط محیطی، شاخص حجم تقاضای اکوتوریستی با میانگین ۴/۲۱، در بین شاخص‌های ۴ گانه عامل سیاست‌ها و رویه‌های قانونی، شاخص خوانا بودن قوانین با میانگین ۴/۲۷، و در بین شاخص‌های ۱۱ گانه عامل ویژگی‌های کارآفرینانه، شاخص توفیق طلبی با میانگین ۴/۳۹ در بالاترین رتبه قرار دارند (جدول ۴).

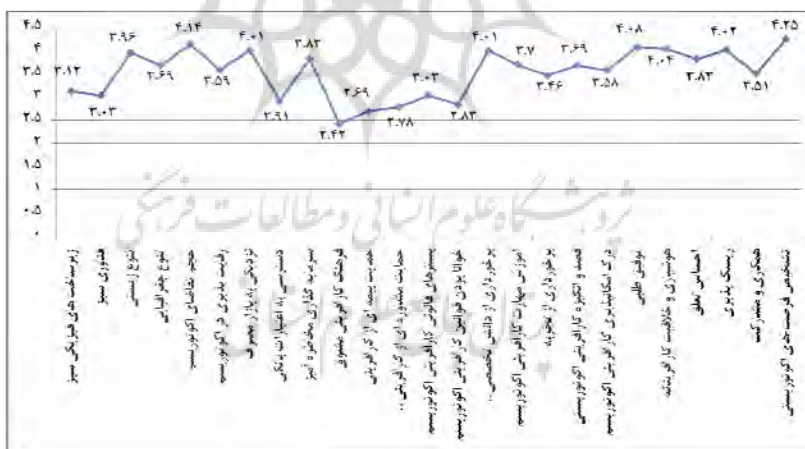
جدول ۴. نتایج سهم و نسبت شاخص‌ها در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه خبرگان

مختبر اصلی	شاخص‌ها	خبرگان	
		رتبه	میانگین
شرایط محیطی کارآفرینی اکوتوریستی	زیرساخت‌های فیزیکی سبز	۱۰	۳/۸۸
	فناوری سبز	۷	۴/۰۱
	تنوع زیستی	۹	۴
	تنوع جغرافیایی	۲	۴/۲
	حجم تقاضای اکوتوریسم	۱	۴/۲۱
	رقابت پذیری در اکوتوریسم	۵	۴/۰۴
	نزدیکی به بازار مصرف	۸	۴/۰۱
	دسترسی به اعتبارات بانکی	۳	۴/۰۹
	سرمایه گذاری مخاطره آمیز	۴	۴/۰۶
	فرهنگ کارآفرینی مشوق	۶	۴/۰۴
رویه‌های قانونی و سیاست‌ها	حمایت بیمه ای از کارآفرینی	۴	۴/۰۸
	حمایت مشاوره‌ای از کارآفرینی اکوتوریسم	۳	۴/۱۴
	بسترهای قانونی کارآفرینی اکوتوریسم	۲	۴/۱۸
	خوانا بودن قوانین کارآفرینی اکوتوریسم	۱	۴/۲۷

مختبر اصلی	شاخص‌ها	خبرگان	
		رتبه	میانگین
ویژگی‌های فردی و اجتماعی کارآفرینانه	برخوردار از دانش کارآفرینی اکوتوریسم	۴	۴/۲۸
	آموزش مهارت کارآفرینی اکوتوریسم	۲	۴/۳۴
	برخوردار از تجربه	۱۱	۴/۱۲
	قصد و انگیزه کارآفرینی اکوتوریستی	۸	۴/۲۱
	درک امکانپذیری کارآفرینی اکوتوریسم	۵	۴/۲۸
	توفیق طلبی	۱	۴/۳۹
	هوشیاری و خلاقیت کارآفرینانه	۶	۴/۲۵
	احساس تعلق	۱۰	۴/۱۴
	ریسک پذیری	۹	۴/۲۱
	همکاری و مشارکت	۷	۴/۲۵
	تشخیص فرصت‌های اکوتوریستی	۳	۴/۳۳

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲

همچنین از مجموع شاخص‌های ۲۵ گانه در ابعاد سه گانه مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، از نظر خبرگان بیشترین تأثیرگذاری متعلق به شاخص توفیق طلبی با میانگین ۴/۳۹ می‌باشد و کمترین میانگین نیز مربوط به شاخص زیرساخت‌های فیزیکی سبز با میانگین ۳/۸۸ می‌باشد. اما نکته مهم اینکه از بین ۲۵ شاخص پیشنهاد شده به خبرگان، هیچ یک از شاخص‌ها با توجه به امتیازهای ارایه شده توسط گروه خبرگان که بیشتر از میانگین ۳ بوده، در فرآیند مطالعه حذف نگردید (شکل ۹).



شکل ۹. میانگین سهم و نسبت شاخص‌ها در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه کل نمونه‌ها

در ادامه، برای مشخص کردن اهمیت شاخص‌ها، ابتدا از آزمون آنالیز واریانس استفاده شد تا به بررسی تفاوت‌ها میان متغیرها پرداخته شود تا در صورت وجود تفاوت در میزان اثرگذاری هر یک از متغیرها در مسئله، در ادامه وزن تأثیرگذاری برای شاخص‌ها محاسبه گردد. نتایج به دست آمده از آنالیز واریانس بر روی نظر خبرگان در ارتباط با شاخص‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریسم مناطق روستایی در سه بعد نشان داد که سطح معناداری با مقدار $0/01$ در سطح آلفا $0/05$ معنادار است. به عبارت دیگر از دیدگاه خبرگان بین ابعاد سه گانه مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی (شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و ویژگی‌های فردی و اجتماعی کارآفرینانه) تفاوت وجود داشته و این به معنای وجود تفاوت در میزان تأثیرگذاری شاخص‌های هر یک از ابعاد در مسئله می‌باشد (جدول ۵).

جدول ۵. نتایج آزمون تحلیل واریانس (ANOVA) برای تعیین تفاوت معناداری بین ابعاد سه گانه مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه خبرگان

سطح معناداری Sig.	F	میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات	شرح
.01	4.881	.320	2	.639	بین گروهی
		.065	93	6.091	درون گروهی
			95	6.730	مجموع

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲

بر اساس نتایج حاصل از آزمون Tukey برای تعیین سهم هر یک از ابعاد سه گانه (شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و ویژگی‌های فردی و اجتماعی کارآفرینانه) در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی مورد تحلیل قرار گرفت. دیدگاه خبرگان بیانگر این مطلب است که با توجه به مقادیر P Value یا سطح معنی داری (Sig.)، با اطمینان ۹۵ درصد و در سطح خطای کوچک تر از $0/05$ ، نتایج به دست آمده در هر سه بعد متفاوت از یکدیگر می‌باشد. به عبارت دیگر بین میزان و سهم تأثیرگذاری ابعاد سه گانه مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی (شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و ویژگی‌های فردی و اجتماعی کارآفرینانه) با یکدیگر تفاوت وجود دارد. از دیدگاه گروه خبرگان در مقایسه زوجی عوامل سه گانه (شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و ویژگی‌های فردی و اجتماعی کارآفرینانه)، بین عوامل شرایط محیطی و سیاست‌ها و رویه‌های قانونی تفاوت معناداری وجود داشته، اما در بین سایر عوامل با یکدیگر تفاوتی مشاهده نمی‌گردد. به عبارت دیگر از دیدگاه خبرگان عامل شرایط محیطی و سیاست‌های و رویه‌های قانونی در راستای یکدیگر نبوده و دو عامل کاملاً متفاوت از یکدیگر می‌باشند. این در صورتی است که عامل ویژگی‌های فردی و اجتماعی کارآفرینی را می‌توان به نوعی در قالب این دو عامل مطرح کرد. یعنی با تغییرات صورت گرفته در دو عامل شرایط محیطی و سیاست‌ها و رویه‌های قانونی می‌توان تغییراتی را در زمینه ویژگی‌های فردی و اجتماعی کارآفرینانه را مشاهده کرد. بنابراین از دیدگاه خبرگان عامل ویژگی‌های فردی و اجتماعی کارآفرینانه با وجود سهم قابل توجه این عامل در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، نمی‌تواند به عنوان عامل مستقیم در نظر گرفته شود (جدول ۶).

جدول ۶. نتایج معنی داری تفاوت بین ابعاد سه گانه مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه خبرگان

عامل (I)	عامل (J)	میانگین تفاوت دو عامل (J و I)	خطای استاندارد	سطح معناداری Sig.	فاصله اطمینان 95%	
					Upper Bound	Lower Bound
شرایط محیطی	سیاست‌ها و رویه‌های قانونی	-.۱۹۹۳۷ (*)	۰/۰۶۳۹۸	۰/۰۰۷	-۰/۳۵۱۸	-۰/۰۴۷۰
	ویژگی‌های کارآفرینانه	-.۱۱۲۱۹	۰/۰۶۳۹۸	۰/۱۹۱	-۰/۲۶۴۶	۰/۰۴۰۲
سیاست‌ها و رویه‌های قانونی	شرایط محیطی	-.۱۹۹۳۷ (*)	۰/۰۶۳۹۸	۰/۰۰۷	۰/۰۴۷۰	۰/۳۵۱۸
	ویژگی‌های کارآفرینانه	۰/۸۷۱۹	۰/۰۶۳۹۸	۰/۳۶۵	-۰/۰۶۵۲	۰/۲۳۹۶
ویژگی‌های کارآفرینانه	شرایط محیطی	۰/۱۱۲۱۹	۰/۰۶۳۹۸	۰/۱۹۱	-۰/۰۴۰۲	۰/۲۶۴۶
	سیاست‌ها و رویه‌های قانونی	-۰/۸۷۱۹	۰/۰۶۳۹۸	۰/۳۶۵	-۰/۲۳۹۶	۰/۰۶۵۲

* The mean difference is significant at the .05 level.

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲

همچنین بر اساس نتایج به دست آمده از گروه خبرگان، برای مشخص کردن میزان تفاوت‌ها در تأثیرگذاری هر یک از عوامل در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، دو گروه همگن شکل گرفته است که در گروه اول عامل ویژگی‌های کارآفرینانه به همراه عامل سیاست‌های و رویه‌های قانونی با بیشترین میانگین‌ها قرار داشته و در گروه دوم نیز عامل شرایط محیطی به همراه عامل ویژگی‌های کارآفرینانه قرار دارند. لذا با توجه به میانگین گروهی عامل‌های سه گانه ویژگی‌های کارآفرینانه در هر دو گروه امکان دسته بندی و قرار گیری را دارد. همچنین از بین سه عامل با توجه به میانگین‌های به دست آمده، از نظر خبرگان سهم عامل سیاست‌ها و رویه‌های قانونی بیشتر از سایر عوامل می‌باشد (جدول ۷).

جدول ۷. میزان و سهم تفاوت‌ها میان ابعاد سه گانه مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه خبرگان

عوامل سه گانه	تعداد	Subset for alpha = .05	
		گروه همگن اول	گروه همگن دوم
شرایط محیطی	۳۲	۴/۰۵۴۷	
ویژگی‌های کارآفرینانه	۳۲	۴/۱۶۶۹	۴/۱۶۶۹
سیاست‌ها و رویه‌های قانونی	۳۲	۴/۲۵۴۱	
سطح معناداری Sig.		۰/۱۹۱	۰/۳۶۵

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a Uses Harmonic Mean Sample Size = 32.000. ۱۳۹۲، منبع: یافته‌های پژوهش

بنابراین، نتایج به دست آمده از آزمون آنالیز واریانس موید تفاوت میانگین‌ها در بین متغیرها می‌باشد. بر این اساس مرحله بعدی یعنی محاسبه میانگین‌ها، ارزش‌های استاندارد شده و وزن در سطوح مختلف برای نشان دادن میزان این تفاوت‌ها انجام گرفت. در این مرحله از طریق محاسبه ارزش استاندارد برای هر یک از شاخص‌ها با استفاده از تحلیل چندمعیاره TOPSIS و سپس استفاده از ارزش‌های به دست آمده برای محاسبه وزن در کلیه سطوح استفاده شود. برای محاسبه وزن در سطح شاخص‌ها از روش توان رتبه‌ای استفاده شد. نتایج به

دست آمده از فرآیند اجرای توابع فوق، مشخص گردید که در بین شاخص‌های بعد بسترها و زمینه‌های کارآفرینی، بالاترین وزن به دست آمده متعلق به شاخص تنوع جغرافیایی با $0/072$ می‌باشد. در بعد سیاست‌ها و رویه‌های قانونی بالاترین وزن متعلق به شاخص خوانا بودن قوانین کارآفرینی اکوتوریسم با مقدار وزنی $0/103$ می‌باشد. همچنین در بین شاخص‌های بعد ویژگی‌های فردی-اجتماعی کارآفرینان، بالاترین مقدار وزنی متعلق به شاخص تشخیص فرصت‌های اکوتوریستی با مقدار $0/112$ می‌باشد. همچنین باید گفت که از مجموع ۲۵ شاخص مطرح شده در زمینه عوامل تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، از نظر خبرگان بالاترین تأثیرگذاری مربوط به شاخص تشخیص فرصت‌های اکوتوریستی با مقدار $0/112$ می‌باشد و در عین حال کمترین مقدار وزنی نیز متعلق به شاخص زیرساخت‌های فیزیکی سبز با مقدار $0/001$ می‌باشد (جدول ۸).

جدول ۸. میانگین و وزن شاخص‌های بسترها و زمینه‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی بر اساس نظر خبرگان و وضعیت اجماع نظر در مورد آن‌ها

شاخص‌ها	میانگین	ارزش استاندارد شده تاپسیس	وزن رتبه‌ای	آزمون من ویتنی		
				مقدار آزمون	معداری سطح	وضعیت اجماع نظر
زیرساخت‌های فیزیکی سبز	۳/۶۶۵	۰/۴۷۰	۰/۰۰۱	۴۱۶/۵	۰/۲۶۶	وجود دارد
فناوری سبز	۳/۷۹۰	۰/۴۹۱	۰/۰۰۳	۴۳۷/۵	۰/۷۵۴	وجود دارد
تنوع زیستی	۳/۷۷۰	۰/۴۹۲	۰/۰۰۴	۴۴۹/۰	۰/۵۱۳	وجود دارد
تنوع جغرافیایی	۳/۹۹۳	۰/۵۶۷	۰/۰۷۲	۴۳۰/۰	۰/۳۵۴	وجود دارد
حجم تقاضای اکوتوریسم	۳/۸۸۰	۰/۵۲۶	۰/۰۲۲	۴۳۹/۵	۰/۴۲۷	وجود دارد
رقابت پذیری در اکوتوریسم	۳/۷۹۰	۰/۴۹۸	۰/۰۰۹	۴۶۷/۵	۰/۶۹۰	وجود دارد
نزدیکی به بازار مصرف	۳/۸۵۰	۰/۵۲۸	۰/۰۲۶	۴۷۰/۵	۰/۷۲۰	وجود دارد
دسترسی به اعتبارات بانکی	۳/۸۵۰	۰/۵۳۲	۰/۰۳۵	۴۷۴/۰	۰/۷۵۸	وجود دارد
سرمایه گذاری مخاطره آمیز	۳/۷۶۰	۰/۴۹۹	۰/۰۱۱	۴۴۵/۰	۰/۴۷۰	وجود دارد
فرهنگ کارآفرینی مشوق	۳/۸۸۰	۰/۵۲۹	۰/۰۳۰	۳۶۴/۰	۰/۰۶۶	وجود دارد
حمایت مالیاتی و بیمه‌ای از کارآفرینی	۳/۹۴۰	۰/۵۵۵	۰/۰۴۶	۴۸۵/۰	۰/۸۷۷	وجود دارد
حمایت مشاوره‌ای از کارآفرینی اکوتوریسم	۴/۰۰۰	۰/۵۶۶	۰/۰۶۵	۴۶۸/۰	۰/۶۹۶	وجود دارد
بسترهای قانونی کارآفرینی اکوتوریسم	۳/۹۸۵	۰/۵۶۵	۰/۰۵۸	۴۱۹/۵	۰/۳۸۶	وجود دارد
خوانا بودن قوانین کارآفرینی اکوتوریسم	۴/۰۶۰	۰/۵۹۰	۰/۰۰۳	۴۷۶/۰	۰/۷۸۰	وجود دارد
برخورداری از دانش تخصصی کارآفرینی اکوتوریسم	۳/۸۰۵	۰/۵۰۵	۰/۰۱۴	۴۴۰/۰	۰/۴۳۳	وجود دارد
آموزش مهارت کارآفرینی اکوتوریسم	۴/۰۴۰	۰/۵۸۸	۰/۰۹۵	۴۶۲/۵	۰/۷۹۵	وجود دارد
برخورداری از تجربه	۳/۷۷۵	۰/۴۹۹	۰/۰۱۱	۴۵۳/۰	۰/۵۴۱	وجود دارد
قصد و انگیزه کارآفرینی اکوتوریستی	۳/۹۴۰	۰/۵۵۸	۰/۰۵۲	۴۷۴/۰	۰/۷۵۱	وجود دارد
درک امکان‌پذیری کارآفرینی اکوتوریسم	۳/۸۵۰	۰/۵۱۷	۰/۰۱۸	۳۸۶/۰	۰/۱۷۰	وجود دارد
توفیق طلبی	۴/۰۱۵	۰/۵۶۹	۰/۰۷۹	۴۶۰/۰	۰/۶۱۳	وجود دارد
هوشیاری و خلاقیت کارآفرینانه	۳/۷۷۵	۰/۴۹۶	۰/۰۰۶	۴۹۰/۰	۰/۹۲۸	وجود دارد
احساس تعلق	۳/۷۴۵	۰/۴۸۹	۰/۰۰۲	۴۶۴/۰	۰/۶۴۹	وجود دارد
ریسک پذیری	۴/۰۴۵	۰/۵۸۴	۰/۰۸۷	۳۹۸/۰	۰/۱۷۲	وجود دارد
همکاری و مشارکت	۳/۹۵۵	۰/۵۵۰	۰/۰۴۰	۴۳۵/۰	۰/۳۹۵	وجود دارد
تشخیص فرصت‌های اکوتوریستی	۴/۰۷۵	۰/۵۹۵	۰/۱۱۲	۴۲۹/۵	۰/۳۵۳	وجود دارد

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲

همچنین وزن‌های محاسبه شده در ارتباط با هر یک از ابعاد سه گانه شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و ویژگی‌های فردی و اجتماعی کارآفرینانه نیز متعلق به بعد سیاست‌ها و رویه‌های قانونی تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی می‌باشد که تأیید کننده نتایج به دست آمده از آنالیز واریانس می‌باشد.

نتایج به دست آمده از محاسبه وزن برای شاخص‌های مربوط به متغیر کسب و کارهای اکوتوریستی نیز نشان می‌دهد که بالاترین مقدار وزنی متعلق به شاخص حفظ تنوع زیستی با مقدار ۰/۲۳۹ می‌باشد و کمترین آن نیز متعلق به شاخص آرایه خدمات جدید و سبز با مقدار ۰/۰۰۲ است (جدول ۹).

جدول ۹. میانگین و وزن متغیر کسب و کارهای کارآفرینی اکوتوریستی بر اساس نظر نخبگان و وضعیت اجماع نظر در مورد شاخص‌ها

شاخص‌ها	میانگین	وزن	ارزش استاندارد شده تاپسیس	آزمون من ویتنی	
				مقدار آزمون	وضعیت اجماع نظر
آرایه کالا یا محصول جدید و سبز	۳/۹۸۰	۰/۵۳۲	۰/۰۹۷	۴۴۹/۰	وجود دارد
آرایه خدمات جدید و سبز	۳/۷۷۵	۰/۴۶۴	۰/۰۰۲	۴۷۲/۵	وجود دارد
یافتن منابع جدید و سبز	۴/۰۴۵	۰/۵۵۱	۰/۱۹۸	۳۸۶/۰	وجود دارد
ایجاد تشکیلات و زیرساخت‌های جدید و سبز	۳/۹۸۵	۰/۵۳۵	۰/۱۲۶	۴۷۸/۰	وجود دارد
آرایه روش‌های جدید و سبز	۳/۹۷۰	۰/۵۲۷	۰/۰۷۱	۴۶۷/۵	وجود دارد
گشایش بازارهای جدید و سبز	۳/۹۵۵	۰/۵۲۲	۰/۰۳۲	۴۲۰/۵	وجود دارد
ارتقای سطح زندگی	۳/۹۴۰	۰/۵۱۹	۰/۰۱۸	۴۹۴/۵	وجود دارد
افزایش بهره وری	۳/۹۲۵	۰/۵۱۱	۰/۰۰۸	۴۶۰/۵	وجود دارد
حفظ تنوع زیستی	۴/۰۹۰	۰/۵۶۳	۰/۲۳۹	۴۱۸/۵	وجود دارد
بهداشت محیط	۴/۰۱۵	۰/۵۴۴	۰/۱۶۰	۴۵۷/۰	وجود دارد
حفظ میراث طبیعی و جاذبه‌ها	۳/۹۵۵	۰/۵۲۴	۰/۰۴۹	۴۶۲/۵	وجود دارد

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲

همچنین نتایج مقایسه نظرات دو گروه خبرگان دانشگاهی و خبرگان کارشناسی در ارتباط با وجود اجماع نظر در رابطه با یک شاخص، نشان داد که از نظر دو گروه در رابطه با همه شاخص‌ها اجماع نظر وجود دارد که می‌توان از سطح معناداری به دست آمده این مسئله را استنباط کرد. دلیل وجود اجماع نظر در رابطه با شاخص ممکن است به جهت استخراج آن‌ها از ادبیات نظری و وجود اجماع نظری در این رابطه باشد.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

در این مطالعه، در مجموع ۳۶ شاخص به عنوان، شاخص‌های مناسب برای تحلیل مسایل مربوط به توسعه کارآفرینی اکوتوریستی بر اساس ادبیات نظری شناسایی شدند؛ اما یکی از اهداف عمده این مطالعه علاوه بر ارزیابی شاخص‌ها و تعیین میزان مناسب بودن آن‌ها از نظر جامعه خبرگی مورد مطالعه، بررسی میزان اجماع نظر افراد خبره با تخصص‌های متعدد در خصوص هر یک از شاخص‌های مورد مطالعه بود. زیرا ممکن است برخی از شاخص‌ها در ارزیابی کلی به عنوان شاخص مناسب تشخیص داده شوند، اما در مقایسه مجموع نظرات نسبت به شاخص‌های دیگر، نظرات نشان دهد که با وجود مناسب بودن این شاخص، در عمل اجماع نظر لازم

بین گروه‌های متعدد متخصصان در رابطه با آن شاخص وجود ندارد. لذا امکان دارد یک شاخص از نظر گروه خاصی از محققان مورد تأیید باشد اما از دیدگاه گروه دیگر از اولویت آنچنانی در مطالعه برخوردار نباشد که در موضوعاتی مانند کارآفرینی اکوتوریستی که از بحث‌های میان رشته‌ای می‌باشد، نکته ظریف و قابل توجهی می‌باشد و داشتن اجماع نظر در رابطه با یک شاخص بسیار مهم است. بنابراین برای بررسی توافق و اجماع نظر جامعه خبرگان از در کنار استخراج وزن تأثیرگذاری شاخص‌ها که با تکنیک تاپسیس و توان رتبه‌ای انجام شد، از آزمون من ویتنی نیز برای مقایسه دو گروه خبره دانشگاهی و گروه کارشناسان و متخصصان اجرایی استفاده شد. بطور کلی نتایج به دست آمده از مطالعه نشان داد که به لحاظ بررسی میانگینی هیچ کدام از شاخص‌های مطرح شده امتیاز میانگینی کمتر از ۳ که به عنوان حد متوسط طیف ۵ تایی لیکرت در نظر گرفته شده بود را کسب نکردند. بر این اساس شاخصی در فرآیند مطالعه حذف نگردید. در مجموع ۲۵ شاخص مطرح ده در بعد عوامل بسترساز برای توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، بیشترین تأثیرگذاری متعلق به شاخص توفیق طلبی با میانگین ۴/۳۹ می‌باشد و کمترین میانگین نیز مربوط به شاخص زیرساخت‌های فیزیکی سبز با میانگین ۳/۸۸ می‌باشد. سپس نتیجه آزمون آنالیز واریانس نشان داد که بیشترین سهم تأثیرگذاری به لحاظ ابعاد سه گانه بر اساس شاخص‌های زیر مجموعه، از دیدگاه خبرگان مربوط به بعد سیاست‌ها و رویه‌های قانونی تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی می‌باشد که دلیل آن می‌تواند ناشی از آشنایی بالای خبرگان نسبت به قوانین، اسناد و سیاست‌ها و توانایی آن‌ها در تحلیل محتوایی قانونی دانست. در ادامه از طریق تکنیک تاپسیس و توان رتبه‌ای اقدام به مشخص کردن مقدار اهمیت وزنی هر یک از شاخص‌ها گردید که از مجموع ۲۵ شاخص مطرح شده در زمینه عوامل تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، از نظر خبرگان بالاترین تأثیرگذاری مربوط به شاخص تشخیص فرصت‌های اکوتوریستی با مقدار ۰/۱۱۲ می‌باشد و در عین حال کمترین مقدار وزنی نیز متعلق به شاخص زیرساخت‌های فیزیکی سبز با مقدار ۰/۰۰۱ می‌باشد. در زمینه متغیر کسب و کارهای اکوتوریستی نیز نشان می‌دهد که بالاترین مقدار وزنی متعلق به شاخص حفظ تنوع زیستی با مقدار ۰/۲۳۹ می‌باشد و کمترین آن نیز متعلق به شاخص ارائه خدمات جدید و سبز با مقدار ۰/۰۰۲ است. همچنین همان طوری که مشخص شد و نتایج آزمون من ویتنی نشان داد، بین دو گروه خبرگان دانشگاهی و کارشناسان نیز در رابطه با کلیه شاخص‌های مطرح شده اجماع نظر وجود دارد. در نهایت می‌توان با توجه به نتایج به دست آمده بیان کرد که، محققان، متخصصان، برنامه‌ریزان و مدیران در حوزه توسعه کارآفرینی و کسب و کارهای اکوتوریستی می‌توانند برای انجام فعالیت‌های مختلف تحقیقی، اجرایی و ارزیابی از شاخص‌های تأیید شده در این مطالعه بهره گرفته و استفاده نمایند.

۶. منابع

۱. احمد پور دارایانی، محمود، ۱۳۸۰، کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، نشر شرکت ۵۷، تهران.
۲. پورطاهری، مهدی، ۱۳۹۰، کاربرد روش‌های تصمیم‌گیری چندشاخصه در جغرافیا، انتشارات سمت.
۳. رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، پورطاهری، مهدی و سجاسی قیداری، حمدالله، ۱۳۸۷، مطالعه و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی، منطقه مورد مطالعه شهرستان خدابنده، فصل‌نامه علمی و پژوهشی روستا و توسعه، وزارت جهاد کشاورزی: سازمان تحقیقات و آموزش کشاورزی، مرکز تحقیقات و بررسی مسایل روستایی، سال ۱۲، شماره ۳.

۴. رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، سجاسی قیداری، حمدالله و رضوی، سید حسن، ۱۳۸۹، **راهبردهای توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی (SWOT)**، منطقه مورد مطالعه شهرستان خداآهنده، فصل‌نامه علمی و پژوهشی روستا و توسعه (وزارت جهاد کشاورزی: سازمان تحقیقات و آموزش کشاورزی، مرکز تحقیقات و بررسی مسایل روستایی)، سال ۱۳، شماره ۳، ص ۱-۲۹.
۵. رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و سجاسی قیداری، حمدالله، ۱۳۸۹، **توسعه روستایی با تأکید بر کارآفرینی (تعاریف، دیدگاه‌ها و تجربیات)**، انتشارات سمت.
۶. صمدآقایی، جلیل، ۱۳۷۸، **سازمان‌های کارآفرین**، نشر مرکز آموزش مدیریت دولتی، سازمان امور اداری و استخدامی کشور.
۷. فرجی سبکبار، حسنعلی، بدری، سید علی، سجاسی قیداری، حمدالله، صادقلو، طاهره و شهدادی، علی، ۱۳۹۰، **اولویت بندی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با استفاده از تکنیک پرموتی (PROMETEE)**، فصل‌نامه پژوهش‌های جغرافیایی، دانشگاه تهران، شماره ۷۵، سال ۴۴.
۸. مقیمی، سید محمد، ۱۳۸۳، **کارآفرینی و عوامل محیطی مؤثر بر آن**، مجله علمی و پژوهشی فرهنگ مدیریت، سال دوم، شماره پنجم، ص ۷۷-۱۰۷.
۹. میرزایی اهرنجانی، حسن و امیری، مجتبی، ۱۳۸۱، **ارائه مدل سه بعدی تحلیل مبانی فلسفی و زیرساخت‌های بنیادین نظریه‌های مدیریت**، مجله دانش مدیریت دانشگاه تهران، شماره ۵۶.
۱۰. هال کالین مایکل و جان ام، جنکینز، ۱۳۷۷، **درآمدی بر صنعت جهانگردی**، مترجمان: عباس اردکانیان و محمدرضا حبیبی، تهران: نشر ارمغان.
۱۱. ولا، فراسوا و یونل، بیچریل، ۱۳۸۴، **گردشگری بین‌المللی**، مترجمان: محمد ابراهیم گوهریان و محمد کتابچی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
12. Alison, M., 1990, **Entrepreneurship: An International Perspective**, Oxford, Jordan Haill, Linacre House.
13. Allen. J.C., 2003, **Examination of Community Action Field Theory Model for Locality Based Entrepreneurship**. Paper Presented at the Annual Rural Sociological Society Meeting, Montreal, Canada.
14. Allione C., Claudia De Giorgi, Beatrice Lerma, Luca Petrucci., 2011, **From ecodesign products guidelines to materials guidelines for a sustainable product. Qualitative and quantitative multicriteria environmental profile of a material**, Energy: article in press, 1-10.
15. Asian Productivity Organization, 2007, **Entrepreneurship Development for Competitive Small and Medium Enterprises**, Published by the Asian Productivity Organization, Hirakawacho, Chiyoda-ku, Tokyo, Japan.
16. Buchanan, J.M., & Faith, R.L., 1981, **Entrepreneurship and the internalization of externalities**, Journal of Law and Economics 24, 95- 111.
17. Busenitz, L. W., West, G. P., Shepherd, D., Nelson, T., & Zacharakis, E., 2003, **Entrepreneurship research in emergence: Past trends and future directions**, Journal of Management, 29(3), 285-308.
18. Cohen, B., & Winn, M.I., 2007, **Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship**, Journal of Business Venturing 22 (1), 29-49.
19. Costanza, R., d'Arge, R., de Groot, R., Farber, S., Grasso, M., Hannon, B., Limburg, K., Naeem, S., O'Neill, R.V., Paruelo, J., 1997, **the value of the World's ecosystem services and natural capital**, Nature 387, 253-260 (May).
20. Croston, G., 2008, **75 Green Businesses You Can Start to Make Money and Make a Difference**, Irvine, CA: Entrepreneur Press.

21. Dabson, B., 2009, **Entrepreneurship as an Economic Development Strategy**, Governor's Conference on Economic and Community Development September 14, Nashville, Tennessee.
22. Dean, T.J., McMullen, J.S., 2007, **toward a theory of sustainable entrepreneurship: reducing environmental degradation through entrepreneurial action**. Journal of Business Venturing 22 (1), 50–76.
23. Fadeeva Z., & Halme M., 2001, **EMPOST-NET: the emerging paradigm of sustainable tourism: a network perspective**, Lund, Sweden: International Institute for Industrial Environmental Economics, Lund University.
24. Gnyawali, Devi R. and Fogle, Daniel S., 1994, **Environments for entrepreneurship development**, key dimensions and research implications, business administration at the Katz graduate school of business, University of Pittsburgh.
25. Hart, S., Christensen, C., 2002, **The Great Leap: driving innovation from the base of the pyramid**. MIT Sloan Management Review 44 (1), 51–56.
26. Histrich, R.D. AND M. P. Peters., 2004, **Entrepreneurship: Timmons Model**, McGraw- Hill Companies, Inc.
27. Isenberg, D., 2011, **The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship**, The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project, Based on an invited presentation at the Institute of International and European Affairs, May 12, 2011, Dublin Ireland.
28. Jianzhong, Xiao and David Smallbone, 2011, **Regional variations in the environment for entrepreneurship development: a tale of three cities in China**, International Council for Small Business (ICSB), 56th World Conference, June 2011.
29. Jones, V., 2008, **The Green Collar Economy: How One Solution Can Fix Our Two Biggest Problems**, New York, NY: HarperOne.
30. Kayne, J., 2002, Discussion Starter: Decoding the Entrepreneurship Genome” in *Rural America*. Washington, D. C.: National Center for Rural Entrepreneurship. Li, Lan (2008), **A review of entrepreneurship research published in the hospitality and tourism management journals**, Tourism Management 29, 1013–1022.
31. Kernel, P., 2005, **Creating and implementing a model for sustainable development in tourism enterprises**, Journal of Cleaner Production 13 (2005) 151–164.
32. Koester, E., 2001, **Green Entrepreneur Handbook: the Guide to Building and Growing a Green and Clean Business**, CRC Press is an imprint of Taylor & Francis Group.
33. Koppl, R., 2007, **Entrepreneurial behavior as a human universal**. In M. Manniti (Ed.), *Entrepreneurship: The engine of growth* (pp. 5–6). Westport, CT: Praeger Publishers.
34. Koppl, R., & Minniti, M., 2003, **Market processes and entrepreneurial studies**. In Z. J. Acs, & D. B. Auresch (Eds.), *Handbook of entrepreneurial research* (p. 81). Boston: Kluwer.
35. Kotab, M., & Kristian, H., 2004, **Global Marketing Management**, John Wiley & Sons Inc , P:144,157.
36. Kotler Philip and Armstrong Gary, 1999, **principles of marketing**, Prentice-Hall International Inc, 361-364
37. Landstrom, H., 2005, **Pioneers in entrepreneurship and small business research**. New York: Springer Science & Business Media Inc.
38. Low, M. B., & MacMillan, I. C., 1988, **Entrepreneurship: Past Research and future challenges**, Journal of Management, 35, 139–161.
39. Macke, D., 2001, **Situation Analysis Entrepreneurship & Rural Texas, Draft Report Rural Entrepreneurship Initiative**, Lincoln, Nebr.: Center for Rural Entrepreneurship.

40. Maia, L., 2002, **Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development: The case of Söderslätt region Sweden**, The International Institute for Industrial Environmental Economics (IIIEE), International miljø institute.
41. Marshall, J., 2009. **Is corporate green getting a yellow light?** Financial Executive, 25(5), 25-29.
42. Moore, C., 1986, **Understanding Entrepreneurial Behavior**, Academy of Management Best Papers Proceedings, Fortysixth Annual Meeting of the Academy of Management, Chicago.
43. Nadim A., & Hoffmann Anders N., 2008, **A Framework For Addressing And Measuring Entrepreneurship**, Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD Statistics Working Paper.
44. Oganisjana, Karine, 2011, **Entrepreneurship as a Dynamic system and the Holistic Approach to Its Development**, University of Latvia, Faculty of Education, Psychology and Art, 21 October.
45. Pacheco. Desirée F, Thomas J. Dean, David S. Payne., 2009, **Escaping the green prison: Entrepreneurship and the creation of opportunities for sustainable development**, Journal of Business Venturing, in press: Contents lists available at ScienceDirect.
46. Polonsky Michael Jay and Rosenberger III Philip., 2001, **Reevaluating Green Marketing: a Strategic approach**, Journal of Business /September October.
47. Reagan, B., 2002, **Are high-growth entrepreneurs building the rural economy? Center for the Study of Rural America**. Kansas City, Mo.: Federal Reserve Bank of Kansas City.
48. Russell, R. & Faulkner, B., 2004. **Entrepreneurship, Chaos and the Tourism Area Life Cycle**, Annals of Tourism Research 31(3): 556-579.
49. Schumpeter, J. A., 1934, **the theory of economic development: An inquiry in to profits, capital credit, Interest and the business cycle**, Cambridge: Harvard Business Press.
50. Sekerka, Leslie E., Stimel, D., 2011, **How durable is sustainable enterprise? Ecological sustainability meets the reality of tough economic times**, Kelley School of Business, Indiana University. All rights reserved, Business Horizons (2011) 54, 115-124.
51. Senge, P., Carstedt, G., 2001, **innovating our way to the next industrial revolution**. Sloan Management Review 42 (2), 24-38.
52. Stevenson, L. & Lundström, A., 2005, **Entrepreneurship Policy: Theory and Practice**, International Studies in Entrepreneurship Series, Vol. 9, New York: Springer.
53. Tietenberg, T., 2000, **Environmental and Natural Resource Economics**, Addison Wesley, New York.
54. Timmons, Jeffrey A., 1990, **new Venture Creation, published by: Homewood, IL: Richard D. Irwin**.
55. Verheul, I., 2001, **An Eclectic Theory of Entrepreneurship**, Tinbergen Institute Discussion Paper for Development Strategies, Max Planck Institute of Economics, Indiana University.
56. World Resources Institute, 2004, **World Resources 2002-2004**, World Resources Institute, Washington, D.C.
57. Zoltán J Acs. And Szerb, László, 2010, **The Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI)**, Paper to be presented at the Summer Conference, on "Opening up Innovation: Strategy, Organization and Technology" at Imperial College London Business School, June 16 - 18, 2010.