

بررسی رابطه متقابل بین توسعه کار آفرینی و گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی؛ بازنگری: روستای خارستان شهرستان بهبهان)

محمدعلی فیروزی، دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه شهید چمران اهواز

مجید گودرزی*، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه اصفهان

رضا زارعی، دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه شهید چمران اهواز

چکیده

این پژوهش با رویکردی متقابل و بر اساس الگوی رایج که ارتباطی منطقی بین کارآفرینی و گردشگری پایدار روستایی برقرار می‌کند، به بررسی توسعه کارآفرینی در محیط‌های روستایی پرداخته است و به همین جهت روستای خارستان از توابع شهرستان بهبهان را به عنوان نمونه مورد بررسی قرار داده است. روش تحقیق در این پژوهش ترکیبی از روش‌های توصیفی-تحلیلی و پیمایشی است. روش جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها به صورت اسنادی (کتابخانه‌ای) و میدانی (پرسشنامه) بوده که پس از تعیین شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق، با استفاده از پرسشنامه، داده‌های لازم گردآوری شده است. در این مطالعه با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی، تعداد ۱۳۰ نفر روستایی در سن فعالیت (۱۵ تا ۶۵ سال) با حداقل سطح سواد راهنمایی، مورد مطالعه واقع شدند. سپس با بررسی ۵ معیار اصلی جهت بررسی ارتباط متقابل بین کارآفرینی و گردشگری پایدار روستایی، فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) مورد استفاده قرار گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد که کم‌تر از ۱۰ درصد اهالی روستا با مهارت‌های کارآفرینی آشنایی دارند. هم‌چنین با توجه به خروجی‌های نهایی تحلیل فرآیند سلسله‌مراتبی، میزان آشنایی با کارآفرینی و ایجاد زیرساخت‌های کارآفرینی، دو عامل مهم و تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی در روستای خارستان می‌باشد.

واژگان کلیدی

کارآفرینی، گردشگری پایدار، توسعه روستایی، مدل تحلیل فرآیند سلسله‌مراتبی، روستای خارستان.

مقدمه

کارآفرینی نیروی اصلی توسعه اقتصادی به حساب می‌آید که با استفاده از تغییر و نوآوری، رشد تولیدات و خدمات را به وجود می‌آورد. گردشگری نیز یکی از بخش‌های اقتصادی است که به درجه بالایی از مشارکت فعالیت‌های کارآفرینانه نیاز دارد. گردشگری ضمن آن که سبب انبساط خاطر، آموزش و لذت مسافر می‌شود، برای دیگران نیز کار و شغل ایجاد می‌کند. بر طبق پیش بینی WTO تا سال ۲۰۲۰ میلادی تعداد جهانگردان به رقمی بالغ بر ۱/۶ میلیارد نفر خواهد رسید و بیش از ۵۰ درصد معضل اشتغال در کشور های در حال توسعه از این طریق قابل حل است (موحد، ۱۳۸۵، ۲۳). در این رابطه امروزه فعالیت گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین و پویاترین فعالیت‌ها در سطح جهان مطرح است. بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، درآمد حاصل از گردشگری بین‌المللی در سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۵ تقریباً بیش از دو برابر شده و از ۲۷۰ میلیارد دلار به ۶۸۰ میلیارد دلار افزایش پیدا کرده است. بنابراین، گردشگری در حال حاضر، با پویایی خاص خود می‌تواند تأثیرات عمده‌ای بر تحولات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی در سطوح مختلف بین‌المللی، ملی و محلی بر جای گذارد (لومسدن، ۳۱، ۱۳۸۰). امروزه یکی از شناخته‌شده‌ترین راهبردهای غیر سنتی برای توسعه گردشگری و فرصت‌های مربوط به آن در زمینه کارآفرینی است. همچنین کارآفرینی یک طرز تفکر و اقدام است که ذهن افراد را به خود مشغول کرده و بر اساس آن، گرایشی در نگرش و رهبری متعادل به منظور خلق ارزش به وجود می‌آورد (مقیمی، ۸۱، ۱۳۸۳). به عبارت دیگر، کارآفرینی یعنی تمایل به اعمال ریسک‌های حساب شده در زمینه شغلی و مالی و سپس انجام هر کاری که برای ایجاد مزیت و امتیاز ممکن است (2, Ashomre, 2004). امروزه از کارآفرینی به عنوان محرک اصلی توسعه اقتصادی یاد می‌شود. لذا، توسعه کارآفرینی با توجه به شرایط اقتصادی جامعه به ویژه در نواحی روستایی یکی از نیازهای مهم کشور محسوب می‌شود. در این راستا استان خوزستان دارای قابلیت‌های متعددی برای توسعه گردشگری و توجه به روستاها جهت کارآفرینی می‌باشد. برخی از این قابلیت‌ها را اینگونه می‌توان برشمرد: تنوع آب و هوایی و اقلیم، پوشش گیاهی و جانوری متنوع، ارتفاعات کوهستانی در شمال ایذه و مسجد سلیمان (بین ۱۰۰۰ تا ۳۰۰۰ متر تا جلگه های با ارتفاع ۳ متر از سطح دریا در آبادان و خرمشهر)، تنوع بسیار زیاد صنایع دستی در استان خوزستان (تقریباً در حال حاضر بیش از ۷۰ رشته از صنایع دستی در استان شناخته شده است)، برخورداری از نیمی از مساحت تالاب‌های بین‌المللی و ارزشمند کشور مانند تالاب شادگان، تالاب میانگران و تالاب بامدژ و غیره، موقعیت ویژه جغرافیای استان در تعامل با منطقه و جهان، ارتباط با آب‌های آزاد بین‌المللی، وجود پالایشگاه های عظیم نفت و گاز و کارخانجات صنعتی موجود، برخورداری از مناطق آزاد تجاری، وجود آثار و جاذبه های دفاع مقدس در استان، برخورداری از مناطق حفاظت شده (گزارش معاونت برنامه ریزی و راهبردی استانداری خوزستان، ۱۳۸۹، ۳۴)، وجود ۱۳ منطقه نمونه گردشگری روستایی از جمله روستای نمونه گردشگری خارستان بهبهان (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خوزستان، ۱۳۸۸، ۴۰۱). از این رو، پژوهش حاضر نقش کارآفرینی در توسعه گردشگری پایدار و همچنین شناسایی راه های توسعه کارآفرینی در این زمینه را در روستای خارستان شهرستان بهبهان مورد بررسی قرار داده است.

اهمیت و ضرورت پژوهش

اصطلاح کارآفرینی در معنی و مفهوم فعلی را اولین بار ژوزف شومپیتر به کار برد. این اقتصاددان را پدر علم کارآفرینی می‌نامند (ویردی پور، ۱۳۸۸، ۴۳۹). واژه کارآفرینی از قرن‌ها پیش و قبل از آن که به زبان امروزی مطرح شود در زبان فرانسه متداول شد. این واژه معادل کلمه فرانسوی (Entrepreneur) به معنای متعهد شدن و معادل Under Take در زبان انگلیسی می‌باشد که در سال ۱۸۴۸ به وسیله جان استوارت میل به کارآفرینی در زبان انگلیسی ترجمه شد (خنیفر، ۱۳۸۵، ۷۴). در اوایل سده شانزدهم میلادی کسانی را که در کار مأموریت نظامی بودند کارآفرین خواندند. پس از آن برای مخاطرات دیگر نیز همین واژه با محدودیت‌هایی مورد استفاده قرار گرفت. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی برای پیمانکاران دولت که دست‌اندرکار امور عمرانی بودند از لفظ کارآفرین زیاد استفاده شده است. واژه‌های کارآفرینی و کارآفرین در حوزه اقتصاد نیز مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت. به طوری که، همه مکاتب اقتصادی قرن شانزدهم میلادی تاکنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های خود تشریح کرده‌اند. نظریه توسعه اقتصادی ژوزف شومپیتر در سال ۱۹۳۴ در خصوص نقش محوری کارآفرینان همزمان با دوران رکود بزرگ اقتصادی در تولید سود مورد توجه قرار گیرد. به همین دلیل وی را پدر کارآفرینی لقب داده‌اند (پور داریانی، ۱۳۸۱، ۴۵). امروزه در عرصه جهانی افراد خلاق و مبتکر به عنوان کارآفرینان، منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های مختلف صنعتی، خدماتی، تکنولوژی و غیره شده‌اند. همچنین چرخه‌های توسعه اقتصادی همواره با توسعه فعالیت‌های کارآفرینی آنان به حرکت در می‌آید. به عبارت دیگر، می‌توان چنین بیان کرد که کارآفرینی موتور رشد و توسعه اقتصادی است (Schumpeter, 2008). در این راستا کشورهای پیشرفته از دهه‌های قبل و برخی از کشورهای در حال توسعه در دهه‌های اخیر با توجه به نقش مؤثر و مثبت کارآفرینان اقتصادی در توسعه جامعه، بهره‌برداری از این پتانسیل را برای مواجهه با معضلاتی نظیر رکود، تورم و عدم اشتغال مورد توجه قرار داده‌اند. این توجه در تدوین استراتژی‌ها، سیاست‌ها و برنامه‌های عملی برای بسط روحیه و رفتار کارآفرینان، آموزش، مشاوره و ایجاد فضای مناسب‌تری برای فعالیت آنان در عرصه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی، رفع موانع و ایجاد همکاری بین آنها و تسهیل دستیابی آنها به بازارهای جهانی بوده است و نتایج قابل توجهی نیز در پی داشته است (Gnyawail, 2006, 134). در این رابطه گردشگری نیز یکی از بخش‌های اقتصادی است که به درجه بالایی از مشارکت فعالیت‌های کارآفرینانه نیاز دارد. گردشگری یک فعالیت جغرافیایی است (Williams, 2010, 1) و امروزه صنعت گردشگری یکی از رو به رشدترین صنایع در دنیاست (Avdimitotis, 2009, 6) که بزرگ‌ترین فعالیت اقتصادی جهان محسوب می‌شود (معصومی، ۱۳۸۷، ۱۴)؛ و به عنوان یک عامل اقتصادی عمده برای کشورهای با درآمد پایین سازگاری یافته است. با این وجود این صنعت می‌تواند سرمایه‌های مورد نیاز خارجی را به اقتصاد کشور وارد و پیامدهای مثبت زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی را برای کشور میزبان در پی داشته باشد (Gilmore, 2011, 111). اتصال بین گردشگری و کارآفرینی می‌تواند این مسیر رشد را به خصوص در بین روستاییان چند برابر کند و باعث توسعه روستایی شود. اما، در این ارتباط بین گردشگری و کارآفرینی موانع عمده‌ای وجود دارد. توسعه روستایی عامل بهبود شرایط زندگی افراد کم درآمد ساکن روستا و خودکفا ساختن آنان در روند کلی توسعه یک کشور است و این خودکفایی جزو برنامه‌های کارآفرینی است. از اهداف کارآفرینی، توسعه پایدار روستایی است و در این رابطه پرداختن به صنایع روستایی، صنایع تبدیلی و صنعت گردشگری و ایجاد مشاغل نظیر فرش بافی و صنایع دستی و یا تولیدات اولیه خانگی

مفید است که سبب کاهش مهاجرت روستاییان به شهرها می‌شود (ایچر و دیگران، ۱۳۷۰، ۴۵). توجه به کارآفرینی روستایی با نگرشی به مشکلات موجود در این نواحی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. نواحی روستایی به دلیل شرایط خاص اکولوژیکی و اقتصادی-اجتماعی، با مسائل و مشکلات متعدد و متنوعی مواجهند که فقر و محرومیت از مهم‌ترین آن‌ها محسوب می‌شود. با توجه به نقش‌های متعددی که روستاها در فرآیند توسعه ملی به ویژه در زمینه تأمین مواد غذایی بر عهده دارند، رشد و توسعه این نواحی اهمیت و ضرورت دارد (رضوانی و دیگران، ۱۳۸۷، ۱۶۵). به هر حال کارآفرینی روستایی در پی یافتن ترکیب مناسبی از منابع برای فعالیت‌های اقتصادی اعم از کشاورزی و غیر کشاورزی برای دست یابی به بیشترین سود ممکن است. کارآفرینی روستایی اساساً تفاوتی با کارآفرینی در شهر ندارد؛ جز این که باید آن را در فضای روستا تصور کرد. کارآفرینی می‌تواند تجارت و کسب و کار را در مشاغل کشاورزی و غیر کشاورزی گسترش دهد. اما، در این راه موانع و مشکلاتی وجود دارد که در قالب جدول زیر مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول (۱): بررسی موانع عمده کارآفرینی در روستاها

موانع فردی	موانع سازمانی
علمی، اجتماعی و فرهنگی	مالی
<ul style="list-style-type: none"> - نداشتن آگاهی و علم لازم از مسأله کارآفرینی - نداشتن مهارت لازم جهت بازاریابی محصولات - ضعف در زمینه دانش‌های علمی، حقوقی و فنی - نبود فرهنگ کارآفرینی 	<ul style="list-style-type: none"> - نبود سرمایه لازم و مشخص برای ایجاد کارآفرینی - مشکلات موجود برای دریافت وام - مشکل نقدینگی - نبود انگیزش لازم برای پس انداز - ضعف عملکرد بازار
صنایع دستی	فیزیکی و فضایی
<ul style="list-style-type: none"> - نبود برنامه مشخص برای اشتغال زایی - ضعف برنامه‌های دولتی برای ارتقای کارآفرینی و صنایع دستی - فراموش کردن نسل جدید روستاییان نسبت به صنایع دستی <p>پیشینیان</p>	<ul style="list-style-type: none"> - کمبود مکان مناسب برای کسب و کار - نبود امکانات سخت افزاری - مشکلات تأمین مواد اولیه

مأخذ: (منصوری، ۱۳۸۸، ۶۴)

کارآفرینی نظم اجتماعی - اقتصادی سنتی را به چالش می‌طلبد و حتی ممکن است به تخریب آن بپردازد (Burch, 2009, 4). یکی از ویژگی‌های کارآفرینی فقدان وجود قواعد روشن و صریح است. از آن جا که برای نظارت بر بازی کارآفرینی کتاب راهنما وجود ندارد؛ بنابراین، برنده یا بازنده بودن و رفتار خلاف قاعده داشتن اجتناب پذیر است. از این رو پذیرش این اصل که تمام نتایج فرآیند کارآفرینی مثبت باشد یک توهم است (Morrison, 2010, 6). بنابراین، فرد کارآفرین اگر چه هدفش ترقی و پیشرفت است، همواره آماده پذیرش شکست است. البته نقش دولت‌ها نیز مهم است. دولت باید تسهیل‌گرانی را به روستاها بفرستد تا بتواند این روحیه را در روستاییان پدید آورد. خیلی مهم است که یک تسهیل‌گر بداند که شرایط روستا و بافت فرهنگی آن چگونه است. البته، طبیعی است که عقاید مذهبی جوامع روستایی هم در این رابطه مهم است. در واقع منظور از پایداری، مطابق بودن ایده کارآفرینانه با آداب و رسوم، عقاید و عرف مردم محلی است که سبب می‌شود یک ایده به عمل درآمد و دوام آورد.

فرضیه های پژوهش

فرضیه های پژوهش در راستای جدول (۱) که به بررسی موانع توسعه کارآفرینی در روستاها در ارتباط با بخش گردشگری پایدار می پردازد، ارائه گردیده است.

- ۱- بین عوامل اجتماعی و فرهنگی و توسعه کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۲- بین عوامل مالی و توسعه کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۳- بین صنایع دستی و توسعه کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
- ۴- بین عوامل علمی و توسعه کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۵- بین عوامل (اجتماعی- فرهنگی، مالی، صنایع دستی و علمی) به لحاظ قدرت پیش بینی توسعه کارآفرینی تفاوت وجود دارد.

روش تحقیق

رویکرد حاکم بر این پژوهش، توسعه ای - کاربردی و روش تحقیق به شیوه توصیفی، تحلیلی و پیمایشی است، که با استفاده از روش تحلیل فرآیند سلسله مراتبی با معرفی ۵ متغیر اصلی به عنوان معیار اصلی و ۲۸ زیرمعیار در مدل فرآیند تحلیل سلسله مراتبی به صورت نمودار درختی شناسایی شده اند و سپس با وزن های کارشناسی شده در نرم افزار EXPERT CHOICE به تجزیه و تحلیل و بررسی معیارها و زیر معیارها جهت برقراری ارتباط منطقی بین کارآفرینی و گردشگری پایدار روستایی پرداخته شده است.

جامعه و نمونه آماری پژوهش

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل اهالی روستای خارستان شهرستان بهبهان در جنوب شرق استان خوزستان می باشد؛ که از ۱۳۰ سرپرست خانوار در این روستا آمار برداری شده است. برای تعیین تعداد نمونه آماری با استفاده از دستور برآورد حجم نمونه، شماره آماری ۱۳۰ سرپرست خانوار به دست آمد. به این ترتیب ۱۳۰ پرسشنامه بین اهالی روستا توزیع شده است.

یافته های پژوهش

آزمون فرضیه های پژوهش

فرضیه اول: بین عوامل اجتماعی - فرهنگی و توسعه کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
 فرضیه دوم: بین عوامل مالی و توسعه کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
 فرضیه سوم: بین پیشرفت صنایع دستی و توسعه کارآفرینی ارتباط معناداری وجود دارد.
 فرضیه چهارم: بین عوامل علمی و توسعه کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.
 فرضیه پنجم: بین عوامل (اجتماعی- فرهنگی، مالی، صنایع دستی و علمی) به لحاظ قدرت پیش بینی توسعه کارآفرینی تفاوت وجود دارد.

برای آزمون فرضیه های یک تا چهار پژوهش از تحلیل همبستگی استفاده شده است که نتایج آن در جدول های زیر آمده است. با توجه به این که سنجش متغیرها به وسیله پرسشنامه بوده و مقیاس اندازه گیری هم فاصله ای بوده است؛ لذا، از همبستگی پیرسون استفاده شده است.

جدول (۲): ماتریس همبستگی بین متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش

علمی	مالی	صنایع دستی	فرهنگی-اجتماعی	کارآفرینی
۰/۵۰**	۰/۵۳**	۰/۵۳**	۰/۷۴**	

*در سطح ۰/۰۵ معنادار می باشد.

**در سطح ۰/۰۱ معنادار می باشد.

با توجه به جدول (۲)، ضریب همبستگی بین عوامل فرهنگی-اجتماعی، صنایع دستی، مالی و علمی با توسعه کارآفرینی به ترتیب: ۰/۷۴، ۰/۵۳، ۰/۵۳ و ۰/۵۰ بوده و بدین ترتیب همگی در سطح ۰/۰۱ معنادار می باشند. بنابراین، با توجه به آزمون همبستگی پیرسون، بین عوامل فرهنگی-اجتماعی، صنایع دستی، مالی و علمی با توسعه کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد و چهار فرضیه نخست این پژوهش به تأیید می رسد. حال این سؤال مطرح می شود که آیا بین عوامل (اجتماعی-فرهنگی، مالی، صنایع دستی و علمی) به لحاظ قدرت پیش بینی توسعه کارآفرینی تفاوت وجود دارد؟ برای آزمون این فرض آماری (فرضیه پنجم) از روش رگرسیون گام به گام استفاده شده است. یافته های این آزمون در جدول های زیر نشان داده شده است.

جدول (۳): ضریب همبستگی چندگانه، مجذور ضریب همبستگی چندگانه بین (عوامل اجتماعی-فرهنگی، مالی، صنایع دستی و علمی) و (توسعه کارآفرینی)

خطای استاندارد بر آورد	مجذور R change	مجذور ضریب همبستگی تعدیل شده	مجذور ضریب همبستگی چندگانه	ضریب همبستگی چندگانه	شاخص آماری / مدل
۲/۶۱۵	۰/۵۵	۰/۵۵	۰/۵۵	۰/۷۴	۱: عامل فرهنگی-اجتماعی
۲/۰۰۲	۰/۱۹	۰/۷۴	۰/۷۴	۰/۸۶	۲: فرهنگی-اجتماعی، علمی
۱/۴۸۷	۰/۱۲	۰/۸۵	۰/۸۶	۰/۹۳	۳: فرهنگی-اجتماعی، علمی، صنایع دستی
۱/۴۴۳	۰/۰۱۰	۰/۸۶	۰/۸۷	۰/۹۳	۴: فرهنگی-اجتماعی، علمی، صنایع دستی، مالی

همان طور که در جدول (۳) مشاهده می شود در گام اول فقط عامل اجتماعی-فرهنگی با مجذور همبستگی ۰/۵۵ توان پیش بینی توسعه کارآفرینی را دارد. در گام اول متغیرهای علمی، صنایع دستی و مالی توان پیش بینی توسعه کارآفرینی را نداشتند و از معادله خارج شده اند. در گام دوم نیز عامل علمی با توان پیش بینی ۰/۱۹ به عامل فرهنگی-اجتماعی اضافه شده و با یکدیگر ۰/۷۴ از واریانس توسعه کارآفرینی را تبیین می کنند. در گام سوم نیز عامل صنایع دستی با توان پیش بینی ۰/۱۲ به عامل فرهنگی-اجتماعی و علمی اضافه شده و با یکدیگر ۰/۸۶ از واریانس توسعه کارآفرینی را تبیین می کنند. در گام چهارم نیز عامل مالی با توان پیش بینی ۰/۰۱ به عامل فرهنگی-اجتماعی، علمی و صنایع دستی اضافه شده و با یکدیگر ۰/۸۷ از واریانس توسعه کارآفرینی را تبیین می کنند.

جدول (۴) تحلیل واریانس رگرسیون برای پیش بینی توسعه کارآفرینی

سطح معناداری	F	میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات	منبع تغییرات	شاخص آماری
						مدل
۰/۰۰۰۱	۱۵۸/۶۹۸	۱۰۸۵/۴۴۷	۱	۱۰۸۵/۴۴۷	رگرسیون	۱- عامل فرهنگی - اجتماعی
		۶/۸۴۰	۱۲۸	۸۷۵/۴۸۴	باقی مانده	
			۱۲۹	۱۹۶۰/۹۳۱	کل	
۰/۰۰۰۱	۱۸۱/۰۱۷	۷۲۵/۸۴۲	۲	۱۴۵۱/۶۸۵	رگرسیون	۲- فرهنگی - اجتماعی، علمی
		۴/۰۱۰	۱۲۷	۵۰۹/۲۴۶	باقی مانده	
			۱۲۹	۱۹۶۰/۹۳۱	کل	
۰/۰۰۰۱	۲۵۳/۲۵۶	۵۶۰/۶۶۳	۳	۱۶۸۱/۹۸۹	رگرسیون	۳- فرهنگی - اجتماعی، علمی، صنایع دستی
		۲/۲۱۴	۱۲۶	۲۷۸/۹۴۲	باقی مانده	
			۱۲۹	۱۹۶۰/۹۳۱	کل	
۰/۰۰۰۱	۲۰۴/۱۸۶	۴۲۵/۱۶۳	۴	۱۷۰۰/۶۵۲	رگرسیون	۴- فرهنگی - اجتماعی، علمی، صنایع دستی، مالی
		۲/۰۸۲	۱۲۵	۲۶۰/۲۷۹	باقی مانده	
			۱۲۹	۱۹۶۰/۹۳۱	کل	

همان طور که در جدول (۴) ملاحظه می‌شود، ضریب F به ترتیب برای چهار گام معادل ۱۵۸/۶۹۸، ۱۸۱/۰۱۷، ۲۵۳/۲۵۶ و ۲۰۴/۱۸۶ از لحاظ آماری معنی‌دار بوده است. بنابراین، می‌توان گفت که اعتبار مدل تحلیل رگرسیون گام به گام در رابطه با پیش بینی توسعه کارآفرینی مورد تأیید ($P < 0/01$) است.

جدول (۵) : ضرایب رگرسیون استاندارد و غیر استاندارد برای پیش بینی توسعه کارآفرینی

سطح معناداری	T	ضرایب استاندارد	ضریب غیر استاندارد		شاخص آماری
			Beta	B	مدل
۰/۰۰۰۱	۷/۹۴۶		۰/۷۵۱	۵/۹۶۸	عامل ثابت
۰/۰۰۰۱	۱۲/۵۹۸	۰/۷۴۴	۰/۰۵۹	۰/۷۴۷	عامل فرهنگی - اجتماعی
۰/۰۰۰۱	۳/۷۱۷		۰/۶۷۹	۲/۵۲۳	عامل ثابت
۰/۰۰۰۱	۱۵/۵۵۰	۰/۷۰۶	۰/۰۴۶	۰/۷۰۹	فرهنگی - اجتماعی

سطح معناداری	T	ضرایب استاندارد	ضریب غیر استاندارد		شاخص آماری
			Beta	B	
۰/۰۰۰۱	۹/۵۵۷	۰/۴۳۴	۰/۱۱۹	۱/۱۳۶	علمی
	-۴/۴۵۶		۰/۷۷۲	-۳/۴۴۱	عامل ثابت
	۱۸/۴۷۶	۰/۶۳۶	۰/۰۳۵	۰/۶۳۸	فرهنگی - اجتماعی
	۱۱/۸۰۰	۰/۴۰۰	۰/۰۸۹	۱/۰۴۷	علمی
	۱۰/۲۰۰	۰/۳۵۲	۰/۰۸۸	۰/۸۹۸	صنایع دستی
۰/۰۰۰۱	-۵/۱۹۹		۰/۷۷۴	-۴/۰۲۱	عامل ثابت
	۱۵/۷۶۵	۰/۵۸۷	۰/۰۳۷	۰/۵۸۹	فرهنگی - اجتماعی
	۱۱/۶۳۸	۰/۳۸۶	۰/۰۸۷	۱/۰۱۱	علمی
	۱۰/۰۴۰	۰/۳۳۹	۰/۰۸۶	۰/۸۶۵	صنایع دستی
	۲/۹۹۴	۰/۱۱۳	۰/۰۶۱	۰/۱۸۲	مالی

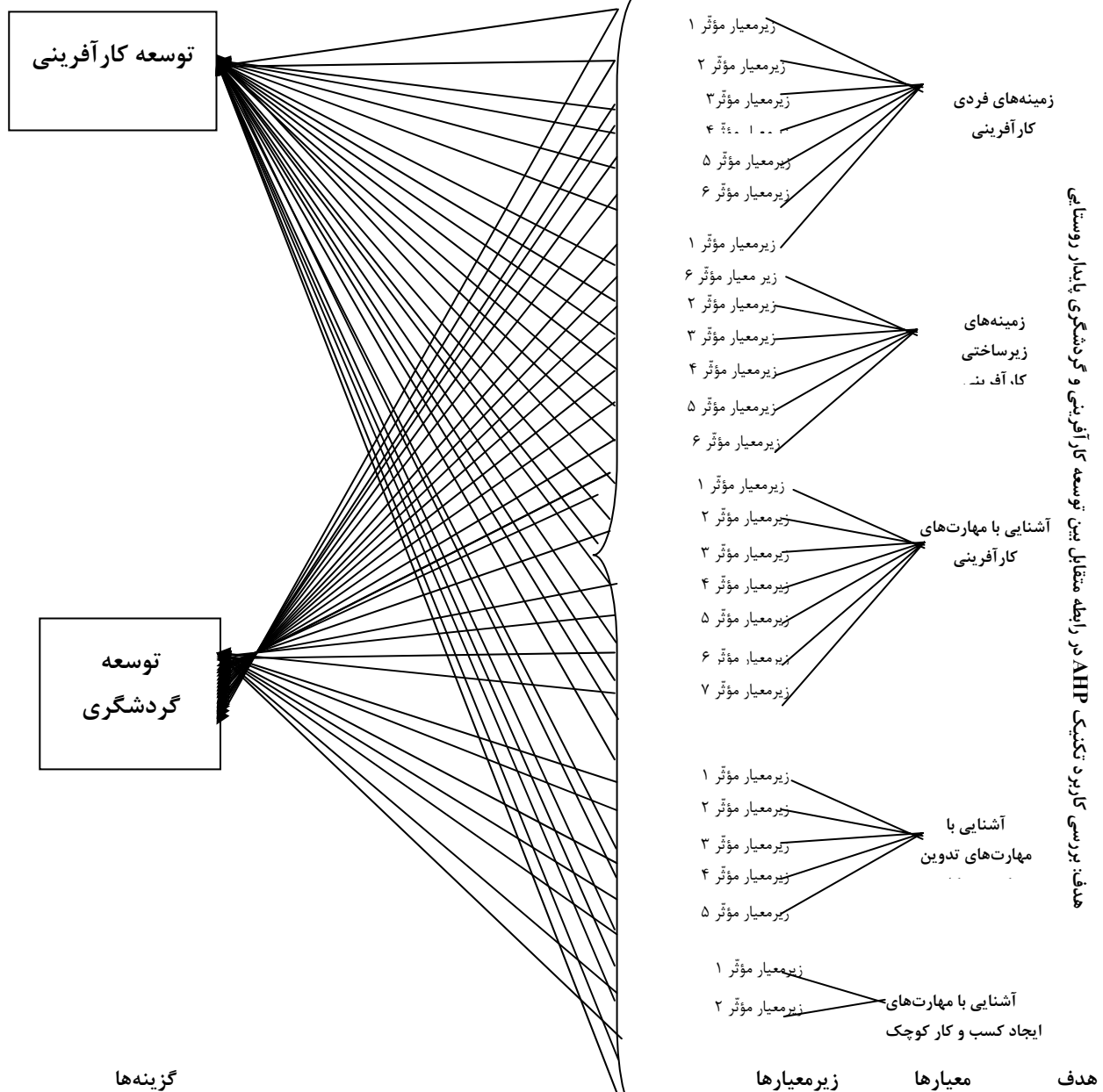
چنان چه در جدول (۵) مشاهده می‌شود، در گام اول، عامل اجتماعی - فرهنگی (با بتای استاندارد ۰/۷۴)، توان پیش بینی معنادار توسعه کارآفرینی را دارد. در گام دوم نیز عامل علمی (با بتای استاندارد ۰/۴۳) به عامل اجتماعی - فرهنگی اضافه می‌شود و توان پیش بینی توسعه کارآفرینی را افزایش می‌دهد. در گام سوم نیز عامل صنایع دستی (با بتای استاندارد ۰/۳۵) به عوامل اجتماعی - فرهنگی و علمی اضافه می‌شود و باز توان پیش بینی توسعه کارآفرینی را افزایش می‌دهد. در آخر یعنی در گام چهارم، عامل مالی (با بتای استاندارد ۰/۱۱) به عوامل فرهنگی - اجتماعی، علمی و صنایع دستی اضافه می‌شود و باز توان پیش بینی توسعه کارآفرینی را افزایش می‌دهد. بنابراین، با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل رگرسیون نتیجه می‌گیریم که بین عوامل اجتماعی - فرهنگی، علمی، صنایع دستی، مالی و توسعه کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد و به این ترتیب فرضیه پنجم پژوهش مبنی بر این که بین عوامل (اجتماعی - فرهنگی، مالی، صنایع دستی و علمی) به لحاظ قدرت پیش بینی توسعه کارآفرینی تفاوت وجود دارد، تأیید می‌شود. بهترین مدل ارائه شده برای تخمین و پیش بینی توسعه کارآفرینی با توجه به متغیرهای مستقل پژوهش به قرار زیر می‌باشد که در گام چهارم تحلیل رگرسیون آمده است؛

$$(۴/۰۲۱ - \text{فرهنگی - اجتماعی} \times ۰/۵۹) + (\text{علمی} \times ۱/۰۱۱) + (\text{صنایع دستی} \times ۰/۸۶) + (\text{مالی} \times ۰/۱۸) = \text{توسعه کارآفرینی تخمین زده شده}$$

بنابراین، همان گونه که در جدول شماره (۵) آمده است، بین عوامل (اجتماعی - فرهنگی، مالی، صنایع دستی و علمی) به لحاظ قدرت پیش بینی توسعه کارآفرینی تفاوت وجود دارد.

استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی جهت برقراری ارتباط بین گردشگری پایدار روستایی و کارآفرینی چارچوب مفهومی فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (ساختن درخت سلسله مراتبی)

فرآیند تحلیل سلسله مراتبی با شناسایی و اولویت بندی عناصر تصمیم گیری شروع می شود. این عناصر شامل هدفها، معیارها، زیر معیارها، یا مشخصهها و گزینه های احتمالی می شود که در اولویت بندی به کار گرفته می شوند. فرآیند شناسایی عناصر و ارتباط بین آنها که منجر به ساختار سلسله مراتبی می شود، ساخت سلسله مراتب نامیده می شود. سلسله مراتبی بودن ساختار به این دلیل است که عناصر تصمیم گیری (گزینه ها و معیارهای تصمیم گیری) را می توان در سطح های مختلف خلاصه کرد (زیر دست، ۱۳۸۰: ۱۵). بنابراین، اولین قدم در فرآیند تحلیل سلسله مراتبی ایجاد یک ساختار سلسله مراتبی از موضوع مورد بررسی می باشد؛ که در آن، اهداف، معیارها، زیر معیارها و گزینه ها (اولویتها) مشخص شود.



شکل (۱): مراحل فرآیند تحلیل سلسله مراتبی در این پژوهش

بررسی معیارها و زیرمعیارهای اصلی در توسعه کارآفرینی در روستای خارستان بر اساس ساختار سلسله مراتبی

جدول (۶): مهم‌ترین معیارها و زیرمعیارهای مؤثر در بررسی کارآفرینی در روستای خارستان

زمینه های فردی کارآفرینی ((A))	زمینه های زیرساختی کارآفرینی ((B))	آشنایی با مهارت‌های کارآفرینی ((C))	آشنایی با مهارت‌های تدوین کسب و کار ((D))	آشنایی با مهارت‌های ایجاد کسب و کار کوچک ((E))
فعالیت اقتصادی در کودکی و نوجوانی A1	زمینه های افزایش فعالیت کشاورزی B1	خطر پذیری C1	تدوین گزارش کسب و کار D1	چگونگی تأسیس کسب و کار E1
کار جدید و ابتکاری A2	زمینه های افزایش فعالیت صنعتی B2	نوآوری C2	قوانین کار D2	چگونگی خرید سهام E2
تماشای تلویزیون A3	زمینه های افزایش فعالیت خدماتی B3	تشخیص فرصت‌ها C3	امکان سنجی اقتصادی D3	
مطالعه روزنامه A4	امکان دسترسی به اینترنت B4	هوشیاری کارآفرینانه C4	امکان سنجی فنی D4	
پیگیری اخبار A5	امکان دسترسی به روزنامه B5	مبانی کسب و کار C5	تجربه راه اندازی کار D5	
آشنایی با اینترنت A6	امکان دریافت وام B6	مبانی کسب و کار C6		
استفاده از اینترنت A7		بازاریابی C7		
		ایجاد کسب و کارهای کوچک C8		
		ایجاد و پرورش مهارت C9		

زمینه های فردی کارآفرینی

بر اساس جدول (۷)، در بین متغیرهای این شاخص، بهترین وضع مربوط به متغیرهای فعالیت اقتصادی در کودکی و نوجوانی و تماشای تلویزیون و بدترین شرایط مربوط به متغیرهای مطالعه روزنامه، پیگیری اخبار، آشنایی با رایانه و اینترنت و استفاده از آن است. این وضعیت بیش از هر چیز نشان دهنده عدم دسترسی روستاییان به امکانات یادشده است.

جدول (۷): زمینه های فردی کارآفرینی روستاییان در ناحیه مورد مطالعه

شاخص	متغیر	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	جمع	
						تعداد	درصد
زمینه های فردی کارآفرینی	فعالیت اقتصادی در کودکی و نوجوانی	۱	۵	۵۴	۴۰	۱۳۰	۱۰۰
	کار جدید و ابتکاری	۰	۱	۴۳	۵۶	۱۳۰	۱۰۰
	تماشای تلویزیون	۱۹	۷۹	۲	۰	۱۳۰	۱۰۰
	مطالعه روزنامه	۲	۲۱	۵۶	۲۱	۱۳۰	۱۰۰
	پی گیری اخبار	۹	۵۹	۲۱	۱۱	۱۳۰	۱۰۰
	آشنایی با اینترنت	۱	۴	۵۲	۴۳	۱۳۰	۱۰۰

شاخص	متغیر	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	جمع	
						تعداد	درصد
	استفاده از اینترنت	۱	۱	۳۱	۶۷	۱۳۰	۱۰۰
	میانگین (درصد)	۵	۲۴	۳۷	۳۴	۱۰۰	

زمینه های زیرساختی کارآفرینی

داده های جدول (۸) حاکی از آن است که متغیرهای مربوط به زمینه های افزایش فعالیت های اقتصادی (کشاورزی، صنعت و خدمات) شرایط خوبی داشته اند. فراهم بودن زمینه افزایش انواع فعالیت های اقتصادی در این ناحیه، قابلیت مناسبی را برای کارآفرینی ایجاد کرده است. در مقابل عدم دسترسی به روزنامه، اینترنت و همچنین عدم امکان دریافت وام، گویای محدودیت این خدمات در نواحی روستایی برای کارآفرینی است.

جدول (۸): زمینه های زیرساختی کارآفرینی در ناحیه مورد مطالعه از دیدگاه روستاییان

شاخص	متغیر	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	جمع	
						تعداد	درصد
زمینه های زیرساختی کارآفرینی	زمینه های افزایش فعالیت کشاورزی	۳۱	۱۵	۳۲	۲۲	۱۳۰	۱۰۰
	زمینه های افزایش فعالیت صنعتی	۱۲	۲۱	۳۵	۳۲	۱۳۰	۱۰۰
	زمینه های افزایش فعالیت خدماتی	۱۹	۱۸	۲۱	۴۲	۱۳۰	۱۰۰
	امکان دسترسی به اینترنت	۱	۲	۵۷	۴۰	۱۳۰	۱۰۰
	امکان دسترسی به روزنامه	۳	۶	۴۱	۵۰	۱۳۰	۱۰۰
	امکان دریافت وام	۴	۷	۳۱	۵۸	۱۳۰	۱۰۰
	میانگین (درصد)	۱۲	۹	۴۸	۳۱	۱۰۰	

آشنایی با مهارت های کارآفرینی

درباره متغیرهای آشنایی با مهارت های کارآفرینی، حدود ۸۷ درصد روستاییان مورد مطالعه، دارای آشنایی کم و خیلی کم و فقط ۱۱ درصد آن ها دارای آشنایی زیاد و خیلی زیاد بوده اند (جدول ۹). این وضعیت کم و بیش درباره همه متغیرها وجود داشته و تفاوت چندانی بین آن ها دیده نمی شود. در این زمینه هر چند برخی مهارت ها ذاتی بوده و با ویژگی های شخصیتی روستاییان مرتبط است؛ اما، اکثر این مهارت ها اکتسابی بوده و از طریق آموزش و یادگیری اجتماعی قابل دستیابی است.

جدول (۹): میزان آشنایی روستاییان با مهارت های کارآفرینی در ناحیه مورد مطالعه

شاخص	متغیر	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	جمع	
						تعداد	درصد
	خطر پذیری	۰	۸	۶۰	۳۲	۱۳۰	۱۰۰
	نوآوری	۰	۷	۴۳	۵۰	۱۳۰	۱۰۰
	تشخیص فرصت ها	۰	۴	۵۶	۴۰	۱۳۰	۱۰۰

شاخص	متغیر	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	جمع	
						تعداد	درصد
آشنایی با مهارت های کارآفرینی	هوشیاری کارآفرینانه	۱	۴	۴۴	۵۰	۱۳۰	۱۰۰
	مبانی کسب و کار	۲	۱۰	۴۰	۴۸	۱۳۰	۱۰۰
	بازاریابی	۰	۷	۴۳	۵۰	۱۳۰	۱۰۰
	ایجاد کسب و کارهای کوچک	۸	۲۲	۴۰	۳۰	۱۳۰	۱۰۰
	ایجاد و پرورش مهارت	۴	۳۱	۳۰	۳۵	۱۳۰	۱۰۰
	میانگین (درصد)	۱	۱۰	۴۵	۴۲	۱۰۰	

آشنایی با مهارت های تدوین کسب و کار

بر اساس جدول (۱۰)، از لحاظ آشنایی روستاییان با متغیرهای مورد مطالعه، بهترین شرایط مربوط به متغیر تدوین گزارش کسب و کار و بدترین شرایط مربوط به قوانین کار و امکان سنجی اقتصادی است.

جدول (۱۰): میزان آشنایی روستاییان با مهارت های تدوین طرح کسب و کار در ناحیه مورد مطالعه

شاخص	متغیر	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	جمع	
						تعداد	درصد
آشنایی با مهارت های تدوین طرح کسب و کار	تدوین گزارش کسب و کار	۲	۶	۴۲	۵۰	۱۳۰	۱۰۰
	قوانین کار	۸	۱۲	۴۰	۴۰	۱۳۰	۱۰۰
	امکان سنجی اقتصادی	۴	۱۰	۳۴	۵۲	۱۳۰	۱۰۰
	امکان سنجی فنی	۳	۱۹	۳۵	۴۳	۱۳۰	۱۰۰
	تجربه راه اندازی کار	۲۰	۳۲	۳۷	۱۱	۱۳۰	۱۰۰
	میانگین (درصد)	۷	۱۶	۳۸	۳۹	۱۰۰	

آشنایی با مهارت های ایجاد کسب و کار کوچک

بر اساس داده های جدول (۱۱)، حدود ۹۱ درصد روستاییان با مهارت های ایجاد کسب و کار کوچک آشنایی کم و خیلی کم دارند و تنها ۹ درصد آن ها با این موضوع آشنایی زیاد و خیلی زیاد دارند. این موضوع در هر دو متغیر مورد بررسی نسبتاً مشابه است. به هر حال ماهیت این مهارت ها در زمینه کارآفرینی به گونه ای است که فقط با آموزش روستاییان قابل ارتقا است.

جدول (۱۱): میزان آشنایی روستاییان با مهارت های ایجاد کسب و کار کوچک

شاخص	متغیر	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	جمع	
						تعداد	درصد
آشنایی با مهارت های ایجاد کسب و کار کوچک	چگونگی تأسیس کسب و کار	۰	۱۸	۲۴	۵۸	۱۳۰	۱۰۰
	چگونگی خرید سهام	۰	۰	۴۰	۶۰	۱۳۰	۱۰۰
	میانگین (درصد)	۰	۹	۳۲	۵۹	۱۰۰	

برای سنجش میزان آشنایی روستاییان با زمینه های کارآفرینی در ناحیه روستایی خارستان از ۵ شاخص و ۲۸ متغیر استفاده شد. نتایج در مجموع نشان می‌دهد (جدول ۱۲) که بهترین وضعیت به طور نسبی به ترتیب به زمینه های فردی و سپس زیر ساختی کارآفرینی و بدترین وضعیت مربوط به شاخص‌ها و زمینه های میزان آشنایی با مهارت‌های ایجاد کسب و کار کوچک و آشنایی با مهارت‌های تدوین طرح کسب و کار است.

جدول (۱۲): میزان آشنایی روستاییان با زمینه ها و شاخص‌های اصلی کارآفرینی در ناحیه مورد مطالعه

جمع	خیلی کم	کم	زیاد	خیلی زیاد	زمینه‌ها و شاخص‌های کارآفرینی
۱۰۰	۳۴	۳۷	۲۴	۵	زمینه های فردی کارآفرینی
۱۰۰	۴۱	۶۸	۱۱	۱۲	زمینه های زیرساختی کارآفرینی
۱۰۰	۴۲	۴۵	۱۲	۱	میزان آشنایی با مهارت‌های کارآفرینی
۱۰۰	۳۹	۳۸	۱۶	۷	میزان آشنایی با مهارت‌های تدوین طرح کسب و کار
۱۰۰	۵۹	۳۲	۹	۰	میزان آشنایی با مهارت‌های ایجاد کسب و کار کوچک
۱۰۰	۴۳	۴۴	۱۴	۵	میانگین (درصد)

تعیین ضریب اهمیت معیارها و زیر معیارها (وزن دهی به معیارها)

در ابتدا برای تعیین ضریب اهمیت معیارها و زیرمعیارها باید هر کدام از این معیارها و زیرمعیارها به صورت ماتریس وزن دهی شوند. وزن دهی عموماً بر اساس نظرات کارشناسی از متخصصین وابسته به زمینه های کاری تحقیق می‌باشد. به همین منظور از نظرات استادان دانشگاهی و کارشناسان سازمان‌های میراث فرهنگی و تعاون جهت وزن دهی در این تحقیق استفاده شده است. سپس برای تعیین ضریب اهمیت وزن‌های داده شد، دو به دو آن‌ها را با هم مقایسه می‌شوند. مبنای قضاوت نیز در این مقایسه، جدول ۹ کمیته (جدول ۱۳) می‌باشد که بر اساس آن و با توجه به هدف بررسی، شدت برتری معیار تعیین می‌شود.

جدول (۱۳): مقیاس ۹ کمیته ساعتی برای مقایسه دو به دو معیارها

توصیف	شدت اهمیت
۱	با اهمیت و ارجحیت مساوی
۳	با اهمیت و ارجحیت کمی بیشتر
۵	با ارجحیت و اهمیت قوی
۷	با ارجحیت خیلی قوی
۹	با ارجحیت بی نهایت
۲ و ۴ و ۶ و ۸	ارزش میانی

(مأخذ: قدسی پور، ۱۳۸۴، ۴۸)

مقایسه های دو به دو معیارهای اصلی در قالب جدول در محیط نرم افزار Expert Choices صورت گرفته است. برای ایجاد ماتریس مقایسه دو تایی، از طریق غربال کردن که مقادیری از ۱ تا ۹ را برای تعیین میزان اولویت‌های نسبی دو معیار به کار گرفته، استفاده شده است (فرجی سبکبار، ۱۳۸۴، ۱۲۸). به این ترتیب برای تعیین ضریب اهمیت (وزن) معیارها، دو به دو با هم مقایسه گردیده‌اند. مقایسه دو به دو در یک ماتریس $n \times n$ ثبت شده، که این ماتریس را ماتریس دو دویی معیارها می‌نامند. عناصر این ماتریس به صورت مثبت و منفی بوده و با توجه به اصول شروط معکوس در فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (اگر اهمیت i نسبت به j برابر k باشد،

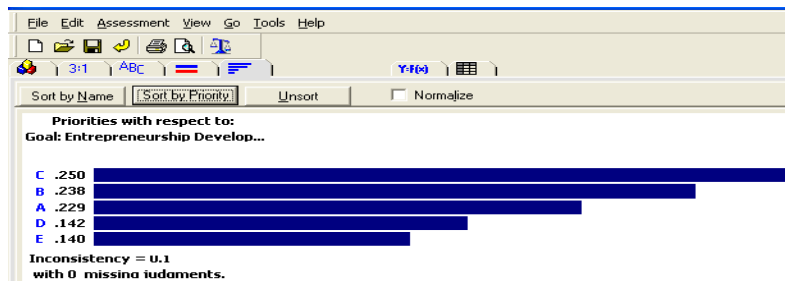
اهمیت عنصر i نسبت به j برابر $1/k$ خواهد بود (قدسی پور، ۱۳۸۴، ۶) در هر مقایسه دو دویی، دو مقدار عددی a_{ij} و $1/a_{ij}$ را خواهیم داشت. در شکل (۲) مقایسه ۵ معیار اصلی به اختصار حروف انگلیسی ذکر شده است.

	A	B	C	D	E
A		2.0	2.0	2.0	1.0
B			1.0	2.0	3.0
C				2.0	1.0
D					2.0
E					

شکل (۲): بررسی مقایسه دو دویی معیارهای اصلی جهت بررسی توسعه کارآفرینی و گردشگری در روستای خارستان بهبهان

محاسبه نهایی وزن معیارهای اصلی

بعد از انجام مقایسه دو دویی در محیط نرم افزار و محاسبه ضریب ناسازگاری خود نرم افزار، اقدام به محاسبه نهایی وزنهای داده شده خواهد کرد. به همین منظور، شکل (۳) مرحله نهایی محاسبه وزنها را نشان می دهد که در این بررسی، آشنایی با مهارت های کارآفرینی، بیشترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی و گردشگری در روستای خارستان دارد.



شکل (۳): محاسبه وزن نهایی معیارهای اصلی

تخمین ضریب ناسازگاری

برآورد ضریب ناسازگاری نشان دهنده میزان واقعیت معیارها با یکدیگر است و شامل این مراحل است: ۱- تعیین بردار مجموع وزنی به وسیله ضرب کردن اولین معیار (زمینه های فردی کارآفرینی) در اولین ستون ماتریس دوتایی اصلی، سپس ضرب نمودن دومین معیار (زمینه های زیرساختی کارآفرینی) در دومین ستون، سومین معیار ستون ماتریس اصلی و به همین ترتیب تا ضرب پنجمین معیار در پنجمین ستون ماتریس اصلی و سرانجام جمع نمودن این مقادیر در سطرها؛ ۲- تعیین بردار توافق به وسیله تقسیم بردار مجموع وزنی بر وزنهای معیار که قبلاً تعیین گردید. پس از محاسبه بردار توافق، نیاز به محاسبه مقادیر دو عبارت دیگر داریم، لاندای (λ) که برابر میانگین مقادیر بردار توافق است و شاخص توافق (CI) که از فرمول زیر به دست می آید:

$$CI = \frac{\lambda - n}{n - 1} \frac{17 * .226}{5 - 1} = 0.158$$

همچنین می‌توان نسبت توافق (CR) را از طریق فرمول زیر محاسبه نمود:

$$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0.158}{1.59} = 0.1$$

که در آن RI شاخص تصادفی است؛ که برای مقادیر مختلف تعداد معیار (n) از طریق (جدول ۱۴) به دست می‌آید. نسبت توافق (CR) به صورتی طراحی می‌شود که اگر $CR \leq 0.1$ باشد سطح قابل توافق را در مقایسه‌های دوتایی نشان می‌دهد. در مورد مشابه مورد نظر، نسبت توافق ۰.۱ است که مساوی با ۰.۱ می‌باشد که این نسبت سطح قابل قبولی از توافق را در مقایسه‌های دوتایی نشان می‌دهد

جدول (۱۴): شاخص تصادفی بودن

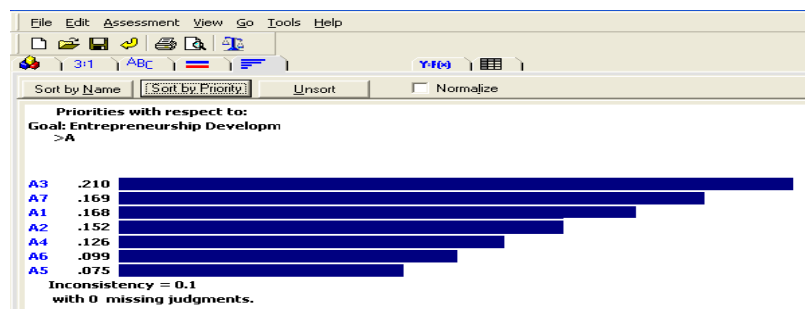
n	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
RI	۰	۰.۵۸	۰.۹	۱.۱۲	۱.۲۴	۱.۳۲	۱.۴۱	۱.۴۵	۱.۴۹	۱.۵۱	۱.۴۸	۱.۵۶	۱.۵۷	۱.۵۹

مأخذ: (Bowen, 1993:346)

مقایسه زوجی زیرمعیارها با هم و محاسبه ضریب توافق

زمینه‌های فردی کارآفرینی

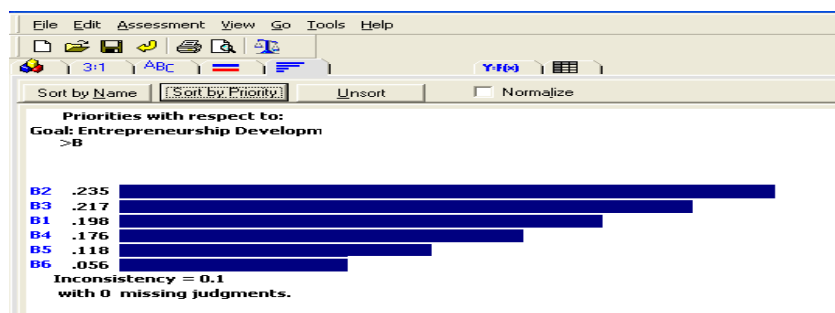
یکی از معیارهای مورد بررسی، زمینه‌های فردی کارآفرینی می‌باشد که دارای ۷ زیرمعیار می‌باشد که شامل فعالیت‌های اقتصادی در کودکی و نوجوانی، کار جدید و ابتکاری، تماشای تلویزیون، مطالعه روزنامه، پی‌گیری اخبار، آشنایی با اینترنت و استفاده از اینترنت می‌باشد. در بررسی صورت گرفته و انجام مقایسه‌های زوجی در این زیرمعیار، ضریب توافق طبق فرمول‌های ذکر شده در مبحث قبلی برابر با ۰.۱ می‌باشد. همچنین در بین این زیرمعیارها، زیرمعیار تماشای تلویزیون بیشترین تأثیر را جهت توسعه کارآفرینی در روستای خارستان دارد. (شکل ۴)



شکل (۴): بررسی تأثیر وزن هرکدام از زیرمعیارهای زمینه‌های فردی کارآفرینی در توسعه کارآفرینی روستای خارستان

زمینه های زیرساختی کارآفرینی

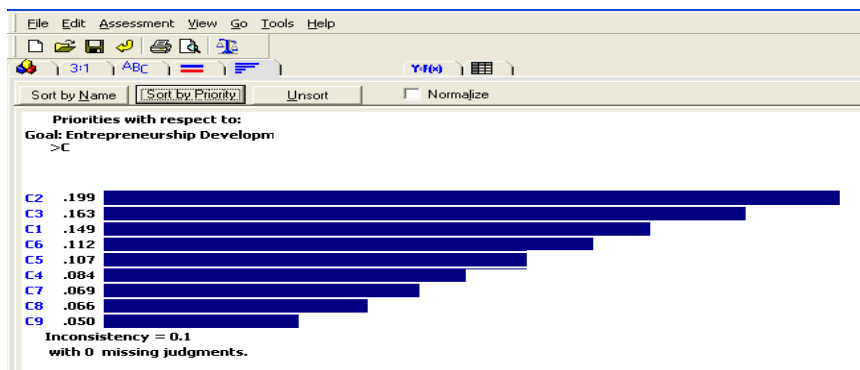
معیار زمینه های زیرساختی کارآفرینی دارای ۶ زیرمعیار می باشد که عبارتند از: زمینه های افزایش فعالیت کشاورزی، زمینه های افزایش فعالیت صنعتی، زمینه های افزایش فعالیت های خدماتی، امکان دسترسی به اینترنت، امکان دسترسی به روزنامه و امکان دریافت وام می باشد. در بین این زیرمعیارها طبق (شکل ۵) که به بررسی تأثیر وزن هر کدام از این زیرمعیارها می پردازد، باید گفت که برای توسعه کارآفرینی و ارتباط آن با گردشگری روستایی، زمینه های افزایش فعالیت صنعتی بیشترین تأثیر را دارد. همچنین ضریب توافق در این معیار برابر با ۰.۱ می باشد.



شکل (۵): بررسی و تأثیر وزن هر کدام از زیرمعیارهای زمینه های زیرساختی کارآفرینی در توسعه کارآفرینی و گردشگری روستای خارستان

آشنایی با مهارت های کارآفرینی

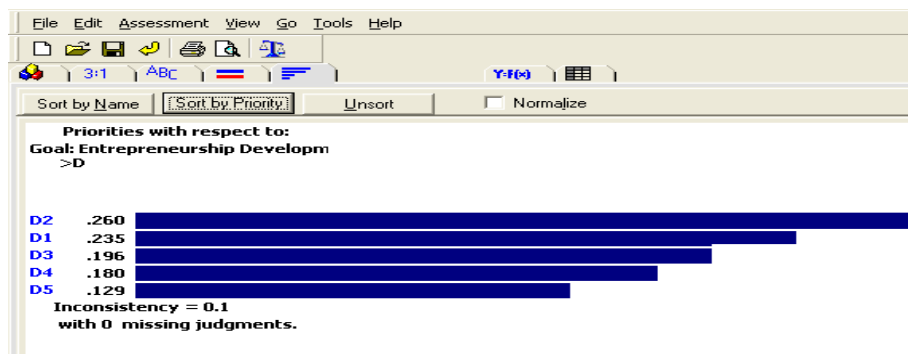
معیار آشنایی با مهارت های کارآفرینی یکی دیگر از معیارهای مؤثر در توسعه کارآفرینی و گردشگری روستایی می باشد. این معیار دارای ۸ زیرمعیار می باشد که عبارتند از: خطر پذیری، نوآوری، تشخیص فرصت ها، هوشیاری کارآفرینانه، مبانی کسب و کار، بازاریابی، ایجاد کسب و کارهای کوچک، ایجاد و پرورش مهارت می باشد. در این معیار بعد از مقایسه زوجی زیرمعیارها، ضریب تأثیر هر کدام در (شکل ۶) مشخص شده است. همان طور که مشاهده می شود بیشترین تأثیر مربوط به نوآوری کارآفرینانه می باشد. همچنین ضریب توافق در این معیار برابر با ۰.۱ می باشد.



شکل (۶): بررسی و تأثیر وزن هر کدام از زیرمعیارهای آشنایی با مهارت های کارآفرینی در توسعه کارآفرینی و گردشگری روستای خارستان

آشنایی با مهارت‌های تدوین کسب و کار

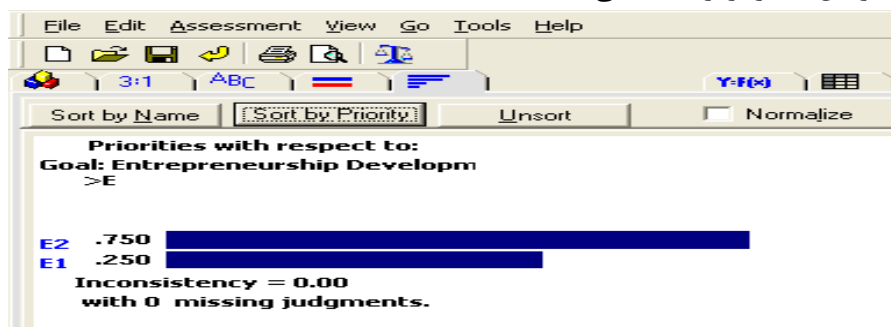
آشنایی با مهارت‌های تدوین کسب و کار از دیگر معیارهای مؤثر در توسعه کارآفرینی و گردشگری روستایی در روستای خارستان بهبهان می‌باشد. این معیار شامل زیرمعیارهایی همچون: تدوین گزارش کسب و کار، قوانین کار، امکان سنجی اقتصادی، امکان سنجی فنی و تجربه راه اندازی کار می‌باشد؛ که بعد از مقایسه زوجی و ترسیم تأثیر هر کدام از این زیرمعیارها که در (شکل ۷) مشخص شده، زیرمعیار آشنایی با قوانین کار بیشترین تأثیر را در توسعه کارآفرینی و گردشگری روستایی در روستای خارستان بهبهان داشته است. همچنین ضریب توافق در این معیار برابر با ۰.۱ درصد می‌باشد.



شکل (۷): بررسی و تأثیر وزن هر کدام از زیرمعیارهای آشنایی با مهارت‌های تدوین کسب و کار در توسعه کارآفرینی و گردشگری روستای خارستان

آشنایی با مهارت‌های ایجاد کسب و کار کوچک

از معیارهای دیگر که در مدل تحلیل سلسله مراتبی مورد بررسی قرار گرفته است، آشنایی با مهارت‌های ایجاد کسب و کار کوچک می‌باشد. در این معیار، دو زیرمعیار مورد بررسی قرار گرفته است؛ یکی چگونگی تأسیس کسب و کار و دیگری چگونگی خرید سهام می‌باشد، که در بررسی و مقایسه زوجی این دو زیرمعیار، خرید سهام بیشترین تأثیر را در توسعه کارآفرینی و گردشگری در روستای خارستان داشته است و همچنین ضریب توافق در این معیار برابر با ۰.۱ می‌باشد.



شکل (۸): بررسی و تأثیر وزن هر کدام از زیرمعیارهای آشنایی با مهارت‌های ایجاد کسب و کار کوچک در توسعه کارآفرینی و گردشگری روستای خارستان

خلاصه و نتیجه گیری

کارآفرینی نیروی اصلی توسعه اقتصادی به حساب می‌آید؛ که با استفاده از تغییر و نوآوری، رشد تولید و خدمات را به وجود می‌آورد. گردشگری نیز یکی از بخش‌های اقتصادی است؛ که به درجه بالایی از مشارکت کارآفرینانه نیاز دارد. پاسخگویی به تقاضای روزافزون و نیازهای مختلف گردشگری نیازمند تنوع خدمات و محصولات گردشگری است. این مسأله فرصت‌های بیشتری را برای گردشگری پایدار فراهم می‌کند. این پایداری می‌تواند در توسعه روستایی نیز مؤثر واقع شود. روستای نمونه گردشگری خارستان بهبهان به عنوان محدوده مورد مطالعه، یک مقصد گردشگری در شهرستان بهبهان و استان خوزستان می‌باشد که قابلیت‌های کشاورزی و صنعتی بی‌شماری دارد؛ اما، هنوز فرهنگ و جو کارآفرینی در این روستا به دلیل ضعف‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در منطقه و روستا، ضعیف است. یافته‌های این پژوهش در دو قسمت قابل بررسی است؛ یکی مربوط به آمارهای توصیفی از معیارها و زیرمعیارهاست که در قالب توزیع پرسشنامه جمع آوری شده است. در این قسمت مشخص شده است که زمینه‌های زیرساختی کارآفرینی بیشترین تأثیر را در توسعه کارآفرینی و رونق گردشگری پایدار در این منطقه دارد. در قسمت دوم این پژوهش نیز از طریق فرآیند تحلیل سلسله مراتبی مشخص شد که آشنایی با مهارت‌های کارآفرینی و ایجاد زیرساخت‌های مهم برای توسعه کارآفرینی می‌تواند به رونق کارآفرینی و گردشگری پایدار در این روستا کمک کند. نکته قابل توجه در این روستا با توجه به بررسی‌های میدانی به عمل آمده، این مطلب است که در این روستا در چند سال اخیر با توجه به کاهش کشاورزی و مهاجرت مردم و تنوع فعالیت‌های گردشگری به دلیل رشد روزافزون گردشگری و افزایش تقاضای جدید انواع گردشگری پایدار، نیاز به توسعه کارآفرینی در گردشگری روستایی احساس می‌شود. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که توسعه کارآفرینی، استراتژی مناسبی برای رونق دادن به گردشگری روستایی پایدار و احیای مجدد روستای خارستان می‌باشد. در این زمینه باید ۵ معیار کلی (زمینه‌های فردی کارآفرینی، زمینه‌های زیرساختی کارآفرینی، آشنایی با مهارت‌های کارآفرینی، آشنایی با تدوین کسب و کار و آشنایی با مهارت‌های ایجاد کسب و کار کوچک جهت توسعه کارآفرینی در نظر گرفته شود. نتیجه اصلی حاصل از این پژوهش در جهت افزایش گردشگری پایدار به این نکته تأکید می‌کند که درک فرهنگ و جو کارآفرینانه شرطی لازم برای ایجاد محیط کارآفرینانه توانا به شمار می‌رود. علاوه بر این، حمایت از کارآفرینان روستای خارستان باید از طریق فراهم کردن فاکتورهای انگیزشی همچون مشوق‌ها با حمایت‌های مالی، تعلیم و تربیت و آموزش مورد توجه قرار گیرد. این فاکتورها می‌توانند به کارآفرینان در مراحل اولیه کارشان و همچنین در ایجاد محصولات گردشگری منحصر به فرد و در توسعه پایدار گردشگری کمک کند. باید سیاست‌هایی را که به ایجاد آگاهی عمومی درباره فواید کارآفرینی در اقتصاد و جامعه کمک می‌کنند، ترویج داد. تقویت عناصر کارآفرینانه در تمامی سطح‌های سیستم آموزشی، توسعه برنامه‌های هدایتی و حمایتی، همچون تأسیس مرکز آموزش خدمات کشاورزی، می‌تواند به افزایش سطح توسعه کارآفرینی و شکل‌گیری نگرش‌های مثبت نسبت به کارآفرینی کمک نماید.

فهرست منابع

- ۱- احمد پور داریانی، محمود (۱۳۸۱) کارآفرینی، چاپ چهارم، شرکت پردیس، تهران.
- ۲- امینی، سیاوش (۱۳۸۸) نقش کارآفرینی در توسعه پایدار گردشگری، ماهنامه کار و جامعه، شماره ۱۰۷.
- ۳- ایچر. کارل. کی، استاتز. جان. ام (۱۳۷۰) توسعه کشاورزی در جهان سوم، ترجمه کریم درویشی و دیگران، انتشارات شرکت سهامی انتشار.
- ۴- حافظ نیا، محمد رضا (۱۳۸۱) روش تحقیق در علوم انسانی، انتشارات سمت، تهران.
- ۵- حیدری، میر مجتبی (۱۳۸۷) توسعه کارآفرینی محلی با استفاده از سیستم GIS، اولین همایش ملی تعاون و کارآفرینی، برگزار کننده وزارت تعاون.
- ۶- خسروی، کریم (۱۳۸۷) گردشگری فرهنگی، آموزشی و کارآفرینی، چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافیدانان جهان اسلام، زاهدان.
- ۷- خنیفر، حسین (۱۳۸۵) کارآفرینی در نظام ارزشی، مرکز کارآفرینی پردیس قم.
- ۸- رضوانی، محمد رضا و محمد نجار زاده (۱۳۸۷) بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرآیند توسعه نواحی روستایی، مجله توسعه کارآفرینی، شماره دوم، سال اول.
- ۹- زبردست، اسفندیار (۱۳۸۰) کاربرد فرآیند تحلیل سلسله مراتبی در برنامه ریزی شهری و منطقه‌ای، مجله هنرهای زیبا، شماره ۱۰.
- ۱۰- سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان خوزستان، معاونت گردشگری (۱۳۸۸) طرح منطقه نمونه گردشگری روستای خارستان بهبهان.
- ۱۱- سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان خوزستان (۱۳۸۸) طرح جامع گردشگری استان، مشاور: معاونت تحقیقی دانشگاه شهید چمران اهواز.
- ۱۲- طالبی، کامبیز و محمد رضا زارع یکتا (۱۳۸۷) آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه‌ی دانش بنیان (SMEs) شرکت‌های کوچک و متوسط، مجله توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره اول.
- ۱۳- عطا، علی و زهرا کاظمی (۱۳۸۷) نقش کارآفرینی در توسعه صنعت گردشگری، اولین همایش ملی تعاون و کارآفرینی، برگزار کننده وزارت تعاون.
- ۱۴- قدسی پور، حسن (۱۳۸۴) فرآیند تحلیل سلسله مراتبی، انتشارات دانشگاه امیر کبیر، تهران.
- ۱۵- قناد، مهدی (۱۳۸۸) کارآفرینی در صنعت گردشگری هتل داری و صنایع وابسته، انتشارات ندای دانش، تهران.
- ۱۶- لومسدن، لس (۱۳۸۰) بازاریابی گردشگری، ترجمه محمدابراهیم گوهریان، انتشارات دفتر تحقیق‌های فرهنگی، تهران.
- ۱۷- مشرف جوادی، شهین (۱۳۸۵) تعاونی‌های گردشگری، بخشی مناسب برای کارآفرینی، نشریه تعاونی، شماره ۱۰۲، نشریه داخلی وزارت تعاون.
- ۱۸- معاونت برنامه ریزی و راهبردی استانداری خوزستان (۱۳۸۹) قابلیت‌های توسعه گردشگری، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان خوزستان، اهواز.
- ۱۹- معصومی، مسعود (۱۳۸۷) سابقه برنامه ریزی گردشگری در ایران، چاپ اول، انتشارات سمیرا، تهران.

- ۲۰- مقیمی، سید محمد (۱۳۸۳) کارآفرینی و عوامل محیطی مؤثر بر آن، نشریه فرهنگ و مدیریت، شماره پنجم، سال دوم.
- ۲۱- منصوری، حبیب الله (۱۳۸۸) کارآفرینی در توسعه شهرها و روستاها، نمونه موردی: شهرستان دلفان، پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه شهید چمران اهواز، استاد راهنما: دکتر علی موحد.
- ۲۲- موحد، علی (۱۳۸۵) گردشگری شهری، انتشارات دانشگاه شهید چمران اهواز، چاپ اول، اهواز.
- ۲۳- ویردی پور، امین الله (۱۳۸۸) مکانیزم‌های نوین یادگیری در دانشگاه کارآفرین و تأثیر آن بر استقرار و عملی شدن شعار ملی سال ۱۳۸۷ (سال نوآوری و شکوفایی)، تهران.

24- Ashore, C, (2004), *Criteria for youth entrepreneurship, Education, Columbus.*

25- Avdimiotis, S., Bonarou, C., Dermetzopoulo, A., Karamanidis, I., And Homas M., (2009), *Global Swot Analysis, A Report Produced For Toureg Project, Deliverable D.2.1.*

26- Burch, J.G, (2009), *Innovation & Entrepreneurship, New York: Library of Congress Cataloging in Publication Data.*

27- Gilmore, A, (2011), *Small-Scale Tourism Development In Communist Cuba, A Thesis Presented To The University Of Waterloo In Fulfillment Of The Thesis Requirement For The Degree Of Master Of Environmental Studies In Geography, Tourism Policy And Planning.*

28- Gnyawali, D, (2006), *Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Practice, Baylor University.*

29- Morrison, A, (2010), *Entrepreneurship: An International Perspective, Great Britain: Plant Tree.*

30- Schumpeter, J.A, (2008), *The theory of economic development, Harvard University press Cambridge, MA.*

31- Williams, S, (2010), *Tourism Geography A New Synthesis, Published May 18th 2009 by Routledge-310 pages.*