

تاریخ دریافت: ۹۶/۰۶/۱۵

تاریخ پذیرش: ۹۶/۰۹/۲۱

## نقش گردشگری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری شهر ایلام

منور ارغا<sup>۱</sup>, پاکزاد آزادخانی<sup>۲\*</sup>, رویا کریمی دوستان<sup>۳</sup>

### چکیده

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

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

<sup>۱</sup>. کارشناسی ارشد، رشته مدیریت جهانگردی، دانشگاه باخترا ایلام، Email: monavar.argha93@gmail.com

<sup>۲</sup>. نویسنده مسئول، استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه باخترا ایلام، Email: Pakzad540azad@gmail.com

<sup>۳</sup>. کارشناسی ارشد، رشته مدیریت جهانگردی، دانشگاه باخترا ایلام، Email: roya.doostan@gmail.com

## مقدمه

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

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

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

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

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

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

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

### مبانی نظری و پیشینه تحقیق

#### گردشگری شهری

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

#### توسعه پایدار

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

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

### کارآفرینی

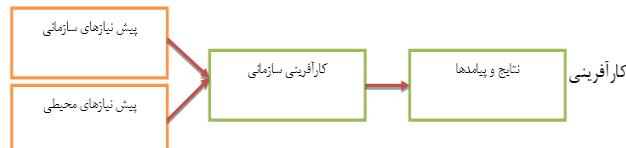
واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی "Entreprendre" به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژه‌نامه ویستر: کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی و اداره آن را تقبل کند و ابزار تولید محصولات قابل عرضه به بازار، خریداری کند (ولائی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۵۱). کارآفرینی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

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

## کارآفرینی سازمانی

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

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



شکل (۱): مدل کارآفرینی سازمانی

. Antoncic & Hisrich, 2001

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

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



<sup>1</sup>. Antoncic

<sup>2</sup>. Hisrich

## شکل ۱: مدل کارآفرینی گردشگری

### پیشینه تحقیق

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

<sup>1</sup>. Jaafar

<sup>2</sup>. Yilmaza

<sup>3</sup>. Akrivosa

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

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

## مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر به روش توصیفی-تحلیلی و از نوع کاربردی است. به منظور جمع‌آوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای و پیمایشی، استفاده شده است. تحقیق دارای دو قسمت اسنادی و کمی است که در قسمت اسنادی از طریق مطالعه کتابخانه‌ای به جمع‌آوری ادبیات و پیشینه تحقیق پرداخته شد. در قسمت کمی که شامل پیمایش میدانی است ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه می‌باشد. بر این اساس متغیرهای توصیفی و تبیینی مورد نیاز برای سنجش مفاهیم کارآفرینی، گردشگری و توسعه پایدار به صورت ترکیبی با استفاده از پرسشنامه ولائی و همکاران (۱۳۹۴) تعیین شد. بر این اساس متغیرهایی که ایشان به کار برده بودند با استفاده از نظر اسنادی و کارشناسان متناسب‌سازی شد و سوالات مبتنی بر فرضیات موردنظر پژوهش دسته‌بندی و طراحی شد. شاخص‌هایی که در این پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرند ۵ شاخص اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی، محیطی و فردی هستند که در پرسشنامه دسته‌بندی شده‌اند. سپس با استفاده از آلفای کرونباخ پایایی پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفت که آلفای محاسبه شده ( $\alpha = 0.831$ ) پایایی بالای پرسشنامه را نشان می‌دهد. برای انتخاب تعداد نمونه لازم جهت تکمیل پرسشنامه از فرمول اصلاح شده کوکران استفاده شد که با ضریب اطمینان ۹۵ درصد،  $n = 384$  نمونه در کل شهر به روش تصادفی انتخاب شد. در ادامه به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده از آزمون تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزار SPSS استفاده شد.

براساس هدف و سوال اصلی پژوهش فرضیات زیر مطرح می‌گردد:

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

### فرضیات فرعی:

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

### یافته‌های تحقیق

<sup>۱</sup>. Tsionou & Karoulia

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

**جدول (۱): فراوانی جنسیت پاسخ دهنده‌گان**

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

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

**جدول (۲): فراوانی سن پاسخ دهنده‌گان**

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

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

**جدول (۳): فراوانی تحصیلات پاسخ دهنده‌گان**

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

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

**جدول (۴): فراوانی تأهل پاسخ دهنده‌گان**

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

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

جدول (۵): فراوانی شغل پاسخ‌دهندگان

شغل	فراروانی	درصد فراروانی
آزاد	۹۰	۲۲/۴
دولتی	۲۳	۶
دانشجو	۸۹	۲۳/۲
بیکار	۱۰۴	۲۷/۱
خانه دار	۷۸	۲۰/۳
جمع	۳۸۴	۱۰۰

## آزمون فرضیات

تحلیل نظر پاسخگویان برای بررسی عوامل (اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی-محیطی و فردی) گرددشگری شهری تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی و توسعه پایدار گرددشگری با استفاده از تحلیل عاملی انجام شد. برای تعیین مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی از ضریب KMO و آزمون بارتلت استفاده شد. مقدار KMO برای عامل‌های اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی-محیطی و فردی به ترتیب با ( $0.800$ ،  $0.787$ ،  $0.657$  و  $0.694$ ) همچنین مقدار آماره آزمون بارتلت برای هریک از عامل‌ها به ترتیب ( $2675/990$ ،  $765/574$ ،  $1273/149$  و  $1357/928$ ) ب دست آمد و این بدین معناست که داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب هستند.

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

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

در این تحقیق پنج عامل اقتصادی با مقادیر ویژه بالاتر از یک استخراج شدند که در مجموع  $63/924$  درصد از واریانس کل عامل‌ها را تبیین می‌کردند و  $36/076$  درصد باقیمانده مربوط به عواملی بود که در تحلیل عاملی شناسایی نشده بودند. بعد از چرخش واریماکس عامل‌های مزبور به ترتیب نام‌گذاری شدند: ۱- حمایت دولت، شورای شهر و سرمایه‌گذاران از کارآفرینان، ۲- وجود منابع مالی و عوامل تولید، ۳- رضایت از شغل و محیط کسب و کار، ۴- وجود شبکه‌های تولیدی کافی و ۵- وجود بازار مناسب برای عرضه محصولات تولیدی. همانطور که در جدول (۷) آمده است مقدار ویژه عامل اول یعنی حمایت دولت، شورای شهر و سرمایه‌گذاران از کارآفرینان از تمامی عوامل دیگر بیشتر است ( $5/351$ ) که در مجموع  $29/730$  درصد از واریانس کل را به خود اختصاص داده است و آخرين عامل یعنی وجود بازار مناسب برای عرضه محصولات تولیدی با مقدار ویژه  $1/023$  کمترین میزان از واریانس کل ( $5/682$ ) را تبیین نموده است.

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

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

### فصلنامه مطالعات عمران شهری

۰/۵۵۳		۰/۷۰۴	رضایت از خدمات ارتباطی		
۰/۳۱۲		۰/۶۹۸	تنوع شغلی در زمینه گردشگری		
۰/۳۱۴		۰/۶۶۶	رضایت از شغل		
۰/۷۸۱		۰/۶۴۱	رضایت از وضعیت مسکن		
۰/۶۶۳		۰/۶۰۷	حمایت شورای شهر و شهرداری از افراد سرمایه‌گذار		
۰/۳۸۰		۰/۶۰۵	تشویق زنان و جوانان به منظور ایجاد کسب و کارهای جدید گردشگری		
۰/۵۹۰		۰/۵۹۶	اطلاع از وضعیت اقتصادی و بازار و نرخ محصولات در بازار		
۰/۷۲۴		۰/۵۵۶	حمایت کسب و کار و فعالیت‌های گردشگری از سوی سرمایه‌گذاران دولتی و خصوصی		
۰/۶۲۸		۰/۵۲۰	تنوع محصولات و خدمات ارائه شده به گردشگران		
۰/۴۲۷	-۰/۴۵۴	۰/۴۱۹	وجود شبکه تولیدی محلی کافی در سطح شهر		
۰/۴۷۵		۰/۷۸۶	استفاده از تجهیلات و وام‌های اعتباری برای کسب و کار جدید در زمینه گردشگری		
۰/۸۳۲		۰/۷۲۶	وجود منابع مالی لازم به منظور انجام فعالیت‌های کسب و کار در زمینه گردشگری		
۰/۵۴۹		۰/۶۸۰	وجود بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی به گردشگران		
۰/۴۷۰		۰/۴۹۷	وجود عوامل تولید (زمین، نیروی انسانی و سرمایه) در شهر در زمینه گردشگری		
۰/۱۳۷			وجود ماشین آلات و ابزار آلات مدرن در زمینه اجرای فعالیت‌های گردشگری در شهر		
۰/۱۰۳			تولید ابزارهای مورد نیاز به منظور آسان شدن فعالیت‌ها در زمینه گردشگری		
۱/۰۲۳	۱/۱۲۱	۱/۴۶۶	۲/۴۵۵	۵۸۳۵۱	ارزش ویژه
۵/۶۸۲	۶/۷۲۷	۸/۱۴۶	۱۳/۶۳۸	۲۹/۷۳۰	واریانس

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

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

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

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

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

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

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

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

جدول (۱۰): ماتریس عوامل فردی چرخش‌یافته با روش واریماکس

اشتراکات	گویه‌ها				
	۱	۲	۳	۴	۵

## فصلنامه مطالعات عمران شهری

۰/۲۶۲	۰/۹۳۳	تمایل به تغییر در کیفیت زندگی
۰/۴۲۵	۰/۸۹۹	توجه به تغییرات محل زندگی و محیط شهر
۰/۴۳۴	۰/۵۳۸	دارا بودن اعتماد به نفس و اتکا به خود
۰/۲۸۶	۰/۵۱۴	توجه به آینده خود و خانواده
۰/۴۹۰		دارا بودن روحیه بلندپروازانه
۰/۲۴۵	۰/۶۴۵	توانایی مقابله با چالشها و مشکلات
۰/۷۲۲	۰/۴۹۶	عدم استرس در موقعیت های سخت و مشکل
۰/۱۱۷	۰/۴۱۱	توانایی تنوع بخشی به محصولات و خدمات گردشگری
۰/۲۲۷		توانایی تولید ابزار به منظور آسان شدن فعالیت ها
۰/۵۰۰	۰/۶۲۷	توانایی کشف و تلفیق راه و روش های جدید برای حل یک مشکل
۰/۳۹۴	۰/۴۶۹	تمایل به استفاده از روش های مدرن به جای روش های سنتی در اجرای کسب و کار
۰/۹۱۸	۰/۸۴۵	تمایل به انجام رسیک حساب شده در کسب و کار
۰/۸۵۰	۰/۴۸۸	داشتن ایده های جدید و متنوع در زمینه کسب و کارهای گردشگری
۰/۳۸۳	-۰/۴۶۳	ممکن داشتن چیزی که دیگران انجام آن را مشکل می دانند
۱/۰۲۲	۱/۲۳۰	ارزش ویژه
۷/۲۹۹	۸/۷۷۷	واریانس
۱/۲۸۹	۲/۳۶۱	
۲/۹۲۰	۱۶/۸۶۳	
۲۰/۸۵۸		

### عامل اقتصادی:

۱- حمایت دولت، شورای شهر و سرمایه‌گذاران از کارآفرینان، ۲- وجود منابع مالی و عوامل تولید، ۳- رضایت از شغل و محیط کسب و کار، ۴- وجود شبکه های تولیدی کافی ۵- وجود بازار مناسب برای عرضه محصولات

### عامل اجتماعی:

۱- مشارکت دادن زنان و دختران، ۲- آگاهی در زمینه کسب و کار جدید، ۳- همکاری شوراهای و شهرباری با کارآفرینان و ۴- آگاهی نسبت به نیاز گردشگران و مصرف کنندگان محصول و خدمت.

### عامل زیرساختی - محیطی:

۱- وجود زیرساخت های فیزیکی، عمومی و نیروی انسانی ماهر، ۲- توزیع بهینه منابع و خدمات دولتی در سطح شهر، ۳- استفاده بهینه از فرصت های بالقوه و بالغفل محیط.

### عامل فردی:

۱- وجود زیرساخت های فیزیکی، عمومی و نیروی انسانی ماهر، ۲- توزیع بهینه منابع و خدمات دولتی در سطح شهر، ۳- استفاده بهینه از فرصت های بالقوه و بالغفل محیط، ۴- تمایل به انجام رسیک در کسب و کار و ۵- داشتن ایده و تنوع بخشی به کسب و کار و محصولات تولیدی.

**توسعه پایدار  
گردشگری**

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

### بحث و نتیجه گیری

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

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

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

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

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

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

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

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

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

در راستای نتایج حاصل از این پژوهش پیشنهاداتی به مذکور بهبود وضعیت موجود ارائه می‌شود:

- براساس نتایج فرضیه فرعی اول پیشنهاد می شود: دولت از طریق دادن تسهیلات کم بهره، معافیت های مالیاتی، منابع ارزانتر و ... کارآفرینان را مورد حمایت قرار دهد. شورای شهر و شهرداری از طریق اطلاع رسانی در سطح شهر حمایت های مالی و منابع تولیدی خود را از کارآفرینان به عمل آورند. طرح های کارآفرینی برتر شناسایی و در اختیار سرمایه گذارانی که تمایل به سرمایه گذاری دارند قرار داده شوند. منابع مالی و منابع مورد نیاز تولید (نیروی انسانی، زمین، سرمایه) در اختیار کارآفرینان قرار داده شود. دولت از طریق ایجاد بازار مناسب برای فروش محصولات تولیدی کارآفرینان احساس رضایت شغلی در آنها ایجاد نماید.
- براساس نتایج فرضیه فرعی دوم پیشنهاد می شود: حمایت کنندگان کارآفرینی زنان و دختران را از طریق صنایع ایجاد مشاغل خانگی و تولید صنایع دستی و ادار به مشارکت در کسب و کارهای کارآفرینی نمایند. به افراد علاقمند به ایجاد کسب و کارهای جدید و کوچک آموزش های کارآفرینی داده شود. نیازهای گردشگران و مسافران شناسایی شود و این اطلاعات در اختیار کارآفرینان قرار داده شود.
- براساس نتایج فرضیه سوم پیشنهاد می شود: شهرداری و شورای شهر زیرساخت های عمومی و فیزیکی شهر (آب، برق، گاز، تلفن و ...) برای کارآفرینان و همچنین گردشگران فراهم سازند. منابع و خدمات دولتی در سطح شهر به صورت بهینه و براساس معیارهای عدالت اجتماعی توزیع شود. از فرصت های بالقوه و بالفعل شهر از جمله تولید صنایع دستی، سوغات، جذب گردشگران فرهنگی و اکوتوریستی به دلیل وجود منابع طبیعی و خدادادی حومه شهر استفاده های لازم به عمل آید. به طور مثال برگزاری نمایشگاه های دائمی و فصلی صنایع دستی و سوغات، برگزاری جشنواره ها و مسابقات و ...
- براساس نتایج حاصل از فرضیه چهارم پیشنهاد می شود: افراد باستعداد و ماهر شناسایی و از تفکر و خلاقیت های آنها در ایجاد کسب و کارهای جدید بهره گیری شود، افرادی که تمایل به انجام ریسک در زمینه ایجاد کسب و کارهای خود دارند حمایت شود، افراد خلاق و کارآفرینان برتری که ایده های خلاق و درآمدزا دارند تشویق و از ایده های آنها حمایت های مالی صورت گیرد.

## منابع

- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، پورطاهری، مهدی، فصلی، نفیسه، (۱۳۹۳). «تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی»، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره ۸، صص ۸۷-۱۰۷
- غلامی اوایی، رمضان، نازک تبار، حسین، نامدار، عباس (۱۳۸۹)، «بنگاه‌های کسب و کار زنان و نقش آنان بر توسعه پایدار در استان مازندران»، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال اول، ۱۳۳-۱۵۶
- کیاکجوری، داود، خرمیان، مهسا، (۱۳۹۱). «نقش کارآفرینی در توسعه پایدار گردشگری در مناطق روستایی با تکیه بر کارآفرینی سازمانی»، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان.
- دادورخانی، فضیله، رضوانی، محمدرضا، ایمنی قشلاق، سیاوش، بوذرجمهری، خدیجه، (۱۳۹۰). «تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکنده شهرستان اسکو)»، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، شماره ۷۸، صص ۱۹۵-۱۶۹
- مولدان، بدربیج، بیلهارز، سوزان، (۱۳۸۱)، «شانصهای توسعه پایدار، ترجمه نشاط حداد تهرانی و دیگران»، تهران: انتشارات سازمان حفاظت محیط زیست.
- پورغلام، هادی (۱۳۹۳)، «مدیریت و توسعه پایدار شهری، همایش معماری و شهرسازی و توسعه پایدار»، مشهد: موسسه آموزش عالی خاوران.
- اسلامی، غلامرضا، (۱۳۸۱)، «مواجهه با مشکلات و توسعه درونزا»، نشریه صفحه، شماره ۳۴، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- صرافی، مظفر، (۱۳۷۹)، «شهر پایدار چیست؟»، فصلنامه تحلیلی پژوهشی-آموزشی مدیریت شهری، سال اول، سازمان شهرداری های کشور، تهران: وزارت کشور.
- رومیانی، احمد، بوذرجمهری، خدیجه، اسماعیلی، آسیه، (۱۳۹۴)، «بررسی عوامل موثر بر رشد کارآفرینی در تقویت جوامع روستایی در راستای توسعه پایدار»، همایش ملی چشم انداز توسعه پایدار روستایی در برنامه ششم توسعه کشور، ۴۶۶-۴۵۲.
- لطیفیان، احمد، مولوی، هما (۱۳۹۴)، «اهمیت صنعت گردشگری دریایی در توسعه شهر گیلان»، اولین کنفرانس مدیریت و کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی، ۱-۶.
- شفیعیان، امیرحسین، کریمی دستجردی، داود، شفیعیان، مهرناز (۱۳۹۳)، «شناسایی و اولویت بندی فرصت‌های خرد کارآفرینی گردشگری مذهبی داخلی شهر مشهد»، فصلنامه علمی تخصصی گردشگری، دانشکده مدیریت دانشگاه علم و فرهنگ، سال ۲، شماره ۴۸-۳۷.
- رنجبریان، بهرام، خزانی پول، جواد (۱۳۹۲)، «توسعه مدلی جهت تبیین تأثیر سازه‌های بازاریابی مدیریت شهری بر تمایلات رفتاری نسبت به مقاصد گردشگری شهری»، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، شماره ۳، ۷۳-۵۷.
- پاپلی یزدی، محمد حسین؛ سقایی، مهدی (۱۳۹۱)، «گردشگری ماهیت و معاهیم»، تهران: انتشارات سمت.
- ولائی، محمد، عبدالله، منافی آذر، رضا، صفری، نوید (۱۳۹۴)، «تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه پایدار روستایی با تأکید بر کارآفرینی (مطالعه موردی: دهستان مرحمت آباد شهرستان میاندوآب)»، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۵، شماره ۱۹، ۱۶۲-۱۴۹.
- حسام، مهدی، نجفی کانی، علی اکبر، آشور، حدیثه، (۱۳۹۴)، «سنجدش وضعیت توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی مورد: دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان»، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۴، شماره ۱، ۵۶-۳۷.
- اکبری، کرامت الله، (۱۳۸۵)، «توسعه کارآفرینی (رویکرد آموزشی)»، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول، تهران

- Akrivosa, C., Reklitisb,P., Theodoroyianic, M. (2014) "Tourism Entrepreneurship and the Adoption of Sustainable Resources". *The Case of Evritania Prefecture, Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 378 – 382.
- Alegre. J., & Chiva. R. (2009). "Entrepreneurial orientation, organizational learning capability and performance in the ceramic tiles industry". WP-EC 2009-08. available in: <http://www.ivie.es/downloads/docs/wpasec-2009pdf>
- Antoncic B. & Hisrich R.D., (2001). "Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross- Cultural Validation". *Journal of Business Venturing* 16:495.527.

- Chowdhury, M.S. (2007), "Overcoming Entrepreneurship Development Constraints: the Case of Bangladesh", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol.1, No. 3, PP. 240-251
- Heinonen, J. and Korvela, K. (2003). "How About Measuring Intrapreneurship?", *33rd EISB Conference, Milan, Italy.*
- Hough. J. & SCHEEPERS.R. (2008). "Creating corporate entrepreneurship through strategic leadership". *Journal of Global Strategic Management*. June2008. Available in:<http://isma.info/dosyalar/5V2H4Q5S4D1H4I1Y.PDF>
- Jaafar, M., Rasoolimanesh, M., Tuan Lonik, K (2015) "Tourism growth and entrepreneurship: Empirical analysis of development of rural highlands", *Tourism Management Perspectives*, 14, 17–24.
- Kreiser, P. M., Marino, L. D. and Weaver, K. M. (2002) "Assessing the Psychometric Properties of the Entrepreneurial Orientation Scale: A Multi-Country Analysis", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26 (4):71-94.
- Maia Lordkipanidze (2002), "Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism fo Sustainable Regional Development: The Case of Söderslätt Region, Sweden", *the International Institute for Industrial Environmental Economics (IIIEE); International miljö institute*
- Miles, M. P. , Munilla,S. M. & Darroch,J.(2009). "Sustainable corporate entrepreneurship". *International Entrepreneurship and Management Journal*. Vol.5. PP: 65–76.
- Scheepers, M. J., Hough .J. &. Bloom. J.Z. (2008). "Nurturing the corporate entrepreneurship capability". *Southern African Business Review*, Volume 12 Number 3 2008. Available in:[http://www.unisa.ac.za/contents/faculties/service\\_dept/docs/nurturing\\_SABV12\\_3Chap3.pdf](http://www.unisa.ac.za/contents/faculties/service_dept/docs/nurturing_SABV12_3Chap3.pdf)
- Schumpeter, Joseph A., (1934) "*The theory of economic development*", Harvard University press Cambridge, MA
- Tsionou, T., Karoulia, S (2013), "Information gathering in Greek tourism entrepreneurship", *The 2nd International Conference on Integrated Information, Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 73, 607 – 615.
- Yilmaza, S., Dincera, F., Dincera, (2015), "The Economic Contribution of Turkish Tourism Entrepreneurship on the Development of Tourism Movements In Islamic Countries", *World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship, Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 413 – 422.
- Zahra, S.A. (1993), "Environment, corporate entrepreneurship and financial performance: A taxonomic approach". *Journal of Business Venturing*, 8(4): 319-340.
- Zahra, S.A. (1991), "Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study". *Journal of Business Venturing*, 6(4): 259–285.

