

شناسایی و تبیین علی عوامل موثر بر فرصت‌های کارآفرینی در مناطق کویری با رویکرد اکوتوریسم (نمونه موردی: کویر مرنجاب)¹

محسن شاطریان²، صدیقه کیانی سلمی³، پریناز زورمند⁴

تاریخ وصول: 1397/03/02، تاریخ تایید: 1397/06/19

چکیده

کارآفرینی اکوتوریستی مفهومی نو در بحث گردشگری روستایی است که در راستای گردشگری موافق با محیط زیست به ایجاد مشاغل مناسب می‌پردازد. هدف از پژوهش حاضر تبیین معیارهای موثر بر کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه اکوتوریست‌ها در منطقه کویری مرنجاب است. ابراز پژوهش پرسشنامه محقق ساخته‌ای با 6 شاخص، 29 معیار و 120 زیرمعیار است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران 349 نفر محاسبه و به طور تصادفی در بین اکوتوریست‌ها توزیع گردید. برای انجام تحلیل‌های توصیفی، آماری و پاسخگویی به فرضیات پژوهش از نرم افزار spss و آزمون‌های آماری T-Test و آنالیز واریانس ANOVA استفاده شد. نتایج آزمون تی اثرگذاری هر یک از عوامل مورد بررسی را تأیید کرده است و نتایج تکمیلی آزمون آنوا نشان می‌دهد هر یک از ابعاد از لحاظ میانگین اثرگذاری با یکدیگر تفاوت داشته‌اند. شناسایی و تبیین عوامل موثر بر کارآفرینی اکوتوریستی نیز با استفاده از نرم افزار Amos صورت پذیرفت. یافته‌های بدست آمده از مدل عاملی مرتبه دوم مدلسازی معادلات ساختاری نشان می‌دهد، عامل اجتماعی بیشترین بار عاملی اثر-گذاری بر توسعه کارآفرینی اکوتوریستی را با 0/94 به خود اختصاص داده است. پس از آن عوامل زیرساختی بار عاملی 0/86 را دریافت داشته است. عوامل خدماتی و محیطی با بار عاملی 0/86 مشترکاً جایگاه سوم را به خود اختصاص داده‌اند. عامل‌های نهادی و اقتصادی نیز با بارهای عاملی 0/70 و 0/69 در رتبه‌های بعدی تأثیرگذاری بر گسترش فرصت‌های کارآفرینی تشخیص داده شد.

کلیدواژه‌گان: اکوتوریسم، کارآفرینی، کارآفرینی اکوتوریستی، مدلسازی، معادلات ساختاری.

1- این مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد است که در دانشگاه کاشان به انجام رسیده است.
2- دانشیار گروه جغرافیا و اکوتوریسم، دانشگاه کاشان، نویسنده مسئول (shaterian@kashanu.ac.ir).
3- استادیار گروه جغرافیا و اکوتوریسم، دانشگاه کاشان.
4- دانش آموخته کارشناسی ارشد اکوتوریسم، دانشگاه کاشان.

مقدمه

تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه از ابزارهای پیشرفت کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه است. زیرا فعالیت کارآفرینی با اثر بخشی بالا به توسعه اقتصادی (Verheul, 2004, 4) مزیت و امتیاز منجر می‌گردد. (Ashomre, 2004, 6) امروزه جهان از اقتصاد مدیریت محور با مقیاس بزرگ به اقتصاد کارآفرین با مقیاس کوچک روی آورده است (افتخاری، 1393، 102). مهمترین کلید کارآفرینی خلاقیت و استفاده از فرصتهای موجود است. وجود جاذبه‌ها و چشم اندازهای متنوع طبیعی که اغلب در قلمرو مناطق روستایی می‌باشد به عنوان فرصت جدید اقتصادی است که می‌تواند زمینه مناسبی برای فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم آورد. به همین دلیل، در بررسی ادوار تاریخی و دیدگاه‌های مطرح در ارتباط با کارآفرینی گردشگری از هنگام ظهور و بروز این مفهوم، به رویکردهای متعددی در رابطه با کارآفرینی در حوزه گردشگری و به ویژه اکوتوریسم توجه شده است (برونو و تایبجی، 1982، 19) به طوری که محیط زیست، منابع طبیعی و جذابیت‌های محیطی در فعالیت‌های کارآفرینی و تجاری نقش کلیدی را از جنبه‌های مختلف ایفا می‌کنند (بانکس، 1991، 377)؛ (رینولدز و همکاران، 1993، 32)؛ (ایدالوت، 1986، 110). با این دیدگاه و رویکرد است که محققانی مانند گارتنر¹ (1985) به محیط زیست و فعالیت‌های گردشگری مرتبط با محیط زیست توجه عمیقی داشته‌اند (گارتنر، 1985، 698) یا از دیدگاه فریدگن² (1984) جذب گردشگر از این طریق زمینه ساز ایجاد فرصت‌های شغلی (کیانی و همکاران، 1395، 67) درآمدی، پیوندهای مکانی - فضایی و نیز پیوندهای اجتماعی می‌شود و انزوای جغرافیایی را کاهش خواهد داد (فریدگن، 1984، 42). فرصت‌های کارآفرینی حاصل از تقویت اکوتوریسم عبارتند از: شکل‌گیری بازارهای جدید اقتصادی به لحاظ عرضه و تقاضا، زمینه‌سازی برای ایجاد و توسعه‌ی زیرساخت‌ها همانند حمل و نقل و جاده‌های ارتباطی، آب و برق، افزایش ارزش زمین‌های محلی و ایجاد درآمد برای افراد مرتبط با فعالیت اکوتوریستی (اسمیت، 1989، 136). یکی از بسترهای جدید کارآفرینی اکوتوریستی وجود جاذبه‌ها و چشم‌اندازهای متنوع طبیعی از جمله پتانسیل‌های مناطق کویری است که در صورت انجام، زمینه تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصادی منطقه را بر اساس توان، ظرفیت‌های موجود و فرصتهای پیش رو فراهم می‌آورد. اما توسعه کارآفرینی در هریک از زیرمجموعه‌های گردشگری بدون توجه به همه‌ی عوامل امکان‌پذیر نیست (مارسدن و اسمیت، 2005، 441)؛ (دین و مک مولن، 2007، 50) (افتخاری و همکاران، 1389، 87) (هال، گریگورف و دانک، 2010). محدوده مورد مطالعه با وجود کویر مرنجاب قابلیت برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه را داراست و به عنوان یک فرصت جدید اقتصادی، با ارائه راهبردهای نوآور، ضمن ایجاد مزیت رقابتی، می‌تواند سازوکارهای لازم برای توسعه دانش و بینش جدید در راستای ارتقای فعالیت‌های کارآفرینانه (شریعت نژاد، 1394، 314)، توسعه محصول (کنعانی، 1394، 335) به وجود آورد. به ویژه در مناطق روستایی، فعالیت‌های کارآفرینانه و توسعه کسب و کارهای خرد مقیاس می‌تواند به بهترین شکل توسعه پایدار را بستر سازی نماید (رضایی و همکاران، 1394، 434). گام اول برای حصول به این هدف شناسایی عوامل موثر بر فرصت‌های کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه اکوتوریست‌هاست. به این ترتیب با شناسایی فرصت‌های جدید در یک رویکرد خلاقانه موجبات توسعه ناحیه‌ای را فراهم خواهد نمود. سوالات تحقیق عبارتند از:

- عوامل اثر گذار بر توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در مرنجاب کدامند؟

- آیا میزان اثر گذاری عوامل با یکدیگر دارای تفاوت است؟

1- Gartner

2- Fridgen

- اولویت بندی اثر هر یک از عوامل چگونه است؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کارآفرینی¹ در واقع فرآیند ایجاد و تأسیس کسب و کار یا سازمان جدید است که یکی از اثرات قابل توجه آن ایجاد اشتغال می‌باشد. کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه یک منبع نوآور و انعطاف پذیر است که به عنوان ایجادکننده کسب و کارهای جدید در اقتصاد به شمار می‌آید (صیدایی و صادقی، 1393: 27) و به یکی از پرطرفدارترین رشته‌های دانشگاهی تبدیل شده است (پرداختچی و شفیعی زاده، 1385: 17). از آنجایی که صنعت گردشگری کارطلب و اشتغالزاست، می‌تواند افراد دارای مهارت‌های گوناگون را به اشتغال درآورد (قنبری و همکاران، 1394: 3). کارآفرینی زیست محیطی² یک زمینه نسبتاً جدید در مطالعات و تحقیقات دانشگاهی و در راستای پایداری³ و مسئولیت‌های زیست محیطی⁴ است (ماساکی و هلسن، 2004: 148). دلیل این توجه فزاینده از یک سو به دلیل افزایش آگاهی اجتماعی از اهمیت محیط زیست و از سوی دیگر، ارتباط تنگاتنگ سلامتی اجتماعی و روانی با محیط زیست است (کاتلر و آرمسترانگ، 1999: 364). مدیریت پایدار منابع تفریحی مشخصاً با واژه اکوتوریسم مترادف می‌باشد (شریعت نژاد، 1376: 1). چشم اندازها و مناظر زیبای طبیعت از جاذبه‌های گردشگری پذیر این نوع از گردشگری است (پروازی، 1381: 8) که با التزام ماهوی به اهداف بنیادی حفاظت از عرصه‌های طبیعی و توسعه جوامع محلی از گزینه‌های مورد توجه در کارآفرینی می‌باشد (کهن، 1377: 80).

بررسی اسناد و مطالعات نشان می‌دهد مطالعاتی در زمینه کارآفرینی گردشگری در ادبیات داخلی و جهانی صورت پذیرفته است. میرزایی (1388) به بررسی کارکرد گردشگری روستایی در ایجاد اشتغال در منطقه ی اورامانات استان کرمانشاه در سال‌های 1381 تا 1386 می‌پردازد و بیان می‌دارد گردشگری روستایی زمینه اشتغال فصلی در منطقه را فراهم ساخته و شاغلان دیگر بخش‌های اقتصادی و به ویژه کشاورزی را به سوی خود جذب کرده است. مقصودی و همکاران (1390) در پتانسیل سنجی مناطق بهینه توسعه ژئومورفوتوریسم به شناسایی دقیق جاذبه‌های ژئومورفولوژیکی مناسب برای توسعه ژئوتوریسم و اکوتوریسم پرداخته اند. نتایج نشان می‌دهد از مجموع 32000 هکتار مساحت منطقه مورد مطالعه، 3/7 درصد از منطقه پتانسیل اکوتوریستی متوسط و بالاتر دارد. غنیان و همکاران (1390) در ارزیابی فضای کارآفرینی گردشگری روستایی بیان می‌کند، عواملی چون علاقمندی به تأسیس بنگاه‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری، تأسیس و گسترش شبکه‌های تولید محلی بین صاحبان کسب و کار و وجود امنیت مناسب در سطح منطقه برای کارآفرینان و گردشگران از دیدگاه مردم محلی، در قیاس با دیگر عوامل مرتبط با فضای کارآفرینی جایگاه و اهمیت بالاتری دارد. شفیعیان و همکاران (1393) در شناسایی فرصت‌های خرد کارآفرینی گردشگری مذهبی داخلی مشهد اقدام به شناسایی و اولویت بندی این فرصتها به عنوان گامی برای آغاز نظریه پردازی در حوزه گردشگری مذهبی نموده اند. محمدی یگانه و همکاران (1395) در پژوهش نقش کارآفرینی در توسعه مناطق روستایی با تأکید بر گردشگری دهستان حصار ولیعصر شهرستان آوج، بیانگر این نکته است که توسعه گردشگری در روستاهای مورد مطالعه، توانسته است نقش مهمی در بهبود شرایط کارآفرینی در بین ساکنین محلی ایجاد کند. سیتومورنگ و میرزاتی (2012) دو محقق اندونزیایی، در مقاله دستاوردهای اجتماعی برای ارتقای اکوتوریسم، ابتدا به معرفی اکوتوریسم و اهمیت آن پرداخته و سپس به دستاوردهای آن، برای اکوتوریسم اشاره می‌کند. نتایج حاکی از آن است

1- Entrepreneurship

2- Ecopreneurship / Environmental Entrepreneurship

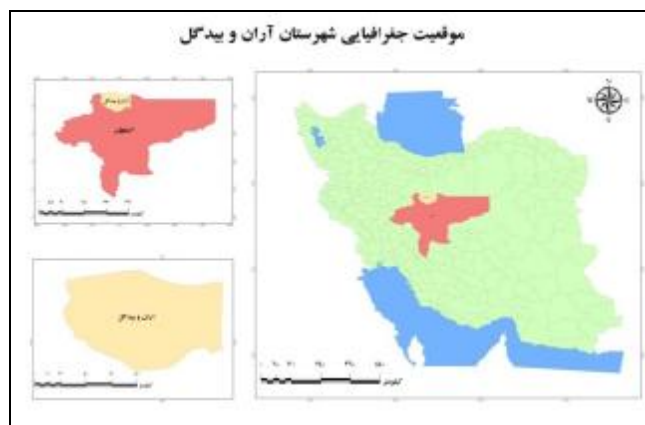
3- Sustainability

4- Environmental Responsibility

تغییرات اجتماعی حاصله در جهت بهبود رفاه و آموزش در خصوص تعهد مردم نسبت به طبیعت به عنوان سرمایه اجتماعی کارآفرینی است. از مرور ادبیات و پیشینه پژوهش مشخص است بررسی و شناسایی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اکوتوریستی موضوعی نسبتاً جدید است که اگر به درستی و با رویکرد کارآفرینانه، برنامه ریزی و مدیریت شود، فرآیند نیرومندی برای بهره‌وری اقتصادی پایدار، بدون ایجاد خسارات محیطی و تقویت حفاظت از منابع زیستی در مناطق طبیعی هجوار با مناطق روستایی پدید خواهد آمد. نتیجه آن، کمک به توسعه اقتصادی و پایداری روستاهای حاشیه کلان‌شهرهاست و افزون بر این، شکل‌دهنده و تقویت‌کننده روابط درون منطقه‌ای بین کانون‌های شهری و روستایی در زمینه‌ی جذب فرصت‌ها، درآمد سرریز کانون‌های شهری به روستاهاست.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر توصیفی - تحلیلی از نوع پیمایشی است. بر این اساس بنابر روند رایج در اینگونه تحقیقات علاوه بر استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای، از روش‌های میدانی مانند پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده نیز استفاده شده است. جامعه آماری گردشگرانی هستند که در بازه زمانی زمستان 1394 به کویر مرنجاب سفر کرده‌اند. حجم جامعه گردشگران با توجه به آمار به دست آمده از سازمان میراث فرهنگی حدود 20000 نفر اعلام و با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه به تعداد 349 نفر برآورد شد. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای محقق ساخته با 6 شاخص، 29 معیار و 120 زیرمعیار است که با بهره‌گیری از طیف لیکرت میزان اثرگذاری هر یک از معیارها بر کارآفرینی اکوتوریستی در کویر مرنجاب را مورد سنجش قرار داده است. میزان آلفای 0/93 حاکی از اعتبار ابزار تحقیق است. در تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های T-Test و فریدمن در نرم افزار spss و برای مدلسازی تبیین معیارهای موثر بر کارآفرینی اکوتوریستی از نرم افزار Amos و مدل عاملی مرتبه دوم استفاده گردید. منطقه مورد مطالعه، کویر مرنجاب در شمال شهرستان آران و بیدگل قرار دارد. این کویر از توابع منطقه‌ی کاشان است که در استان اصفهان واقع است (جمعه پور و نماینده، 1391: 58). شکل شماره (1) موقعیت منطقه را نشان می‌دهد.



شکل 1: موقعیت جغرافیایی شهرستان آران و بیدگل

بحث اصلی

69/3 درصد گردشگران زن و 30/7 درصد مرد، 59/8 درصد مجرد و 24/1 درصد متأهل هستند. در بررسی میانگین مدت زمان حضور در منطقه، 69/3 درصد افراد کمتر از یک روز، 28/2 درصد دو روز و 0/9 درصد سه روز در کویر مرنجاب اقامت داشته‌اند. محل اقامت 21 درصد از افراد در کمپ، 42 درصد در کاروانسرای مرنجاب، 4 درصد در اقامتگاه ستاره شب‌های کویر و 0/9 درصد از سایر خدمات اقامتی استفاده کرده‌اند. در بررسی هدف از سفر به منطقه مورد مطالعه، هدف سفر 87/9 درصد برای تفریح، 3/7 درصد جهت انجام امور شغلی و 7/5 درصد برای بازدید علمی

به این منطقه سفر کرده اند. در بین 349 پاسخ گو، بیشترین تعداد طبیعت گردان را طبیعت گردان اصفهانی و گیلانی تشکیل داده و پس از آن طبیعت گردان کاشان، شیراز و کیش رتبه‌های بعدی را به خود اختصاص داده اند.

جهت بررسی معناداری اثر عوامل مورد بررسی بر توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در کویر مرنجاب از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد. به این ترتیب عوامل اثر گذار در شش دسته تدوین و به منظور سنجش هر یک از ابعاد از نماگرهای آن به تعداد 120 نماگر استفاده گردید. به این منظور 13 نماگر اقتصادی، 41 نماگر خدماتی، 22 نماگر زیرساختی، 13 نماگر اجتماعی، 26 نماگر محیطی و 5 نماگر نهادی طراحی گردید. در ادامه نماگرهای هر دسته با یکدیگر تلفیق شده و یک شاخص جدید برای هر بعد ایجاد گردید. برای بررسی معناداری اثرگذاری از آزمون تی استفاده گردید. نتایج حاصل از آزمون تی تک نمونه‌ای در جدول (1) نشان می‌دهد تأثیرگذاری شاخص‌های اقتصادی، خدماتی، زیرساخت‌ها، عوامل اجتماعی، طبیعی و نهادی با توجه به مقدره آماره آزمون تی استیودنت و نیز سطح معناداری، مورد تأیید است.

جدول 1: نتایج آزمون تی برای بررسی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اکوتوریستی

اثرگذاری	اطمینان در سطح 95 درصد		میانگین تفاوت	سطح معناداری	درجه آزادی	آماره تی	زیر معیار
	کرانه بالا	کرانه پایین					
اقتصادی	0/917	0/668	0/792	0.00	347	12/554	اقتصادی
خدماتی	1/096	0/928	1/012	0.00	347	23/758	خدماتی
زیرساختها	0/956	0/724	0/849	0.00	347	15/626	زیرساختها
اجتماعی	1/013	0/810	0/911	0.00	347	17/626	اجتماعی
طبیعی	0/982	0/858	0/920	0.00	347	29/142	طبیعی
نهادی	0/8030	0/565	0/684	0.00	347	11/324	نهادی

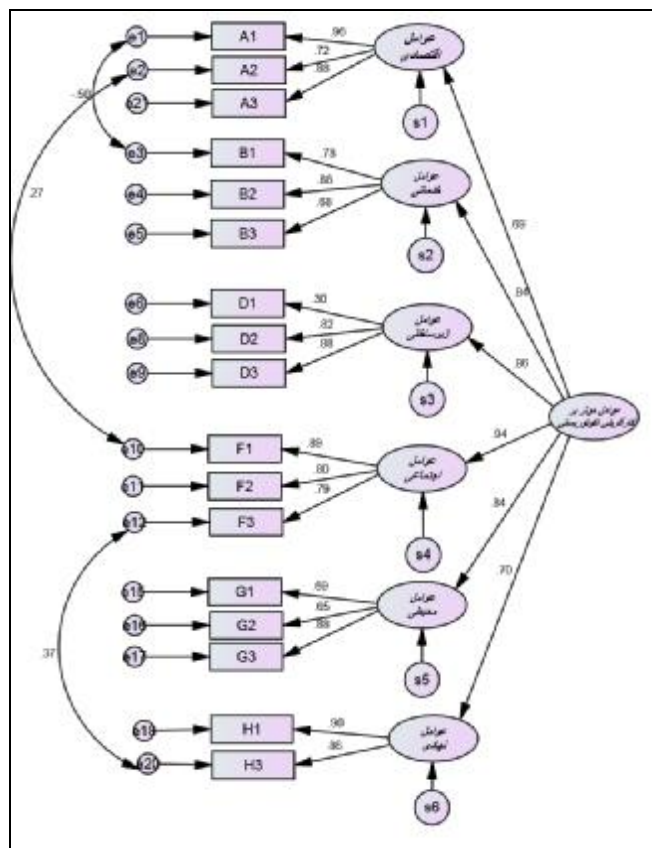
به منظور سنجش برابری میانگین عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اکوتوریستی در کویر مرنجاب از آنالیز واریانس یکراهه ANOVA استفاده گردید. چنانچه نتایج حاصل از تحلیل در جدول (2) نشان می‌دهد، سطح آماره معناداری آزمون (0.003) حاکی از عدم برابری میانگین عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اکوتوریستی در کویر مرنجاب است و وجود تفاوت در بین میانگین‌های مشاهده شده، تأیید می‌گردد.

جدول 2: نتایج آزمون برابری میانگین‌های عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اکوتوریستی

ANOVA					
	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F آماره	سطح معناداری
میان گروهی	19.509	5	3.902	3.571	0.003
درون گروهی	1942.495	1778	1.093		
جمع	1962.004	1783			

در ادامه فرایند تحقیق جهت تشخیص میزان اثرگذاری متغیرها و عوامل مؤثر بر کارآفرینی اکوتوریستی در منطقه از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده گردید و اثرات متغیرهای پنهانی همچون اقتصادی، خدماتی، زیرساختها، اجتماعی، محیطی و نهادی بر متغیر پنهان کارآفرینی اکوتوریستی موردسنجش قرار گرفت. هدف از انجام این کار شناسایی مهم ترین و اثرگذارترین متغیرهایی است که کارآفرینی اکوتوریستی در منطقه مرنجاب را تحت تأثیر قرار داده است. بنابراین با توجه به مبانی تئوریک تحقیق مدل عاملی مرتبه دوم بر مبنای شش عامل پنهان اقتصادی، خدماتی، زیرساختی، اجتماعی، محیطی و نهادی تنظیم گردید. مدل‌های عاملی مرتبه دوم به مدل‌هایی اطلاق می‌شود که در آن تعدادی از متغیرهای پنهان، متغیر پنهان دیگری را اندازه گیری می‌کند (بسحاق، 1394: 174). در این تحقیق تک تک متغیرهایی که قابلیت شناسایی هر کدام از عوامل پنهان چهارگانه را داشته‌اند به صورت مجزا وارد فرایند مدل

گردیده‌اند و بر مبنای شاخص‌های برآزش و سطح معنی داری در مدل باقی مانده یا حذف گردیده‌اند. در شکل (2) مدل نهایی تبیین عوامل موثر بر فرصت‌های کارآفرینی اکوتوریستی در کویر مرنجاب نشان داده شده است.



شکل 2: مدل نهایی عوامل موثر بر کارآفرینی اکوتوریستی

طبق نتایج حاصل از وزن‌های رگرسیونی، عوامل اجتماعی با بار عاملی $0/94$ بیشترین نقش را به خود اختصاص داده و بیشتر از سایر عوامل اثرگذار بوده است. پس از آن عوامل زیرساختی قرار دارد که با بار عاملی $0/86$ جایگاه دوم را به خود اختصاص داده است. عامل‌های محیطی و خدماتی با وزن رگرسیونی $0/84$ به یک اندازه در فرصت آفرینی اکوتوریستی در کویر مرنجاب نقش داشته‌اند. عوامل نهادی و اقتصادی نیز به ترتیب با بارهای عاملی $0/7$ و $0/69$ در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. لذا می‌توان گفت توسعه عوامل اجتماعی بیش از سایر عوامل بر توسعه فرصت‌های کارآفرینی اکوتوریستی اثرگذار خواهد بود. در جدول (3) کد هر کدام از متغیرهای موجود در مدل نهایی نشان داده شده است.

جدول 3: متغیرهای نهایی شناسایی شده در مدل عاملی مرتبه دوم

کد	شاخص	عامل	لایه اول
A1 A2 A3	1- اقتصادی 2- بازارهای محلی 3- خدمات مهمان باری	عوامل اقتصادی	لایه اول فرصت‌های کارآفرینی اکوتوریستی در کویر مرنجاب
B1 B2 B3	1- خدمات اقامتی 2- خدمات رفاهی، فرهنگی، تفریحی 3- خدمات طبیعت گردی	عوامل خدماتی	

D1 D2 D3	1- حمل و نقل و ارتباطات 2- زیرساخت‌های اولیه (آب، برق، گاز، تلفن، مخابرات) 3- ارتباطات الکترونیک، تبلیغات و اطلاع رسانی	عوامل زیرساختی
F1 F2 F3	1- فرهنگ و مهمان‌پذیری و فرهنگ مهمان‌نوازی 2- مسائل روانشناختی 3- امنیت	عوامل اجتماعی
G1 G2 G3	1- اقلیم و سیمای فیزیکی محیط 2- منابع آب و خاک 3- پوشش گیاهی و حیات وحش	عوامل محیطی
H1 H3	1- نهادهای دولتی 2- بخش خصوصی و سازمان‌های مردم‌نهاد	عوامل نهادی

در جدول شماره (4) مقادیر غیراستاندارد، خطای معیار، نسبت بحرانی و سطح تحت پوشش (مقدار P) نشان داده شده است. نتایج جدول حاکی از آن است که کلیه پارامترهای لامدا دارای تفاوت معنی‌داری با مقدار صفر می‌باشند. مقدار P در کلیه روابط فوق کمتر از 0/05 است که نشان می‌دهد کلیه روابط موجود در مدل مورد حمایت داده‌های تجربی قرار گرفته‌اند و اثرات مشاهده شده متغیرها بر یکدیگر معنادار است.

جدول 4: برآوردهای غیراستاندارد با سطح تحت پوشش

متغیرها و مسیر تأثیر		تخمین	خطای معیار	مقدار بحرانی	سطح پوشش
اقتصادی	<---	1/000			
خدماتی	<---	1/157	0/109	10/638	***
زیرساختی	<---	1/462	0/285	5/123	***
اجتماعی	<---	1/147	0/085	13/511	***
محیطی	<---	0/639	0/063	10/141	***
نهادی	<---	1/054	0/100	10/577	***
A1	<---	1/000			
A2	<---	1/131	0/066	17/062	***
B1	<---	1/000			
B2	<---	0/851	0/051	16/824	***
B3	<---	0/776	0/061	12/818	***
D1	<---	1/000			
D2	<---	1/640	0/119	5/390	***
D3	<---	0/731	0/135	5/426	***
F2	<---	1/278	0/068	18/763	***
F3	<---	1/096	0/060	18/366	***
G1	<---	1/000			
G2	<---	1/346	0/124	10/815	***
G3	<---	1/341	0/100	13/459	***
H1	<---	1/000			
H3	<---	1/068	0/067	15/945	***
F1	<---	1/000			
A3	<---	0/647	0/038	24/927	***

پس از بررسی معنی‌داری پارامترها با مقدار صفر به ارزیابی مدل نهایی پژوهش توسط شاخص‌های برازش پرداخته می‌شود. در جدول شماره (5) شاخص‌های اصلی برازش مدل نشان می‌دهد که داده‌های پژوهش به خوبی توانسته‌اند

مدل مفهومی پژوهش را نمایندگی کنند. برقراری ارتباط رگرسیونی بین متغیرهای اقتصادی و خدمات اقامتی، بازارهای محلی و فرهنگ مهمانپذیری، امنیت و نهادهای خصوصی بهبود دهنده مدل برازش شده است.

جدول 5: شاخص‌های اصلی برازش مدل عاملی مرتبه دوم

شاخص	اختصاری	برازش	شاخص	اختصاری	برازش
خی دو بهنجار	CMIN/DF	4/068	شاخص نسبت اقتصاد	PRATIO	0/809
نیکویی برازش مقتصد	PGFI	0/630	شاخص برازش مقتصد هنجار	PNFI	0/720
شاخص برازش نسبی	RFI	0/864	برازش تطبیقی مقتصد	PCFI	0/739
شاخص برازش افزایشی	IFI& DELTA2	0/915	شاخص برازش تطبیقی	CFI	0/914

برازش مدل‌های ساختاری به دو صورت برازش کلی و برازش جزئی مورد انجام قرار می‌گیرد. طبق جدول شماره (5)، شاخص (CMIN/DF) برابر با 4/068 و نشان از برازش قابل قبول مدل دارد. شاخص نیکویی برازش مقتصد مدل 0/630 به دست آمده است و نشان می‌دهد مدل مذکور میزان مناسب را به دست آورده است. در بررسی شاخص برازش نسبی با وجود 0/864 شاهد دامنه قابل قبولی برای این عدد هستیم. مقدار شاخص برازش افزایشی نیز 0/915 بوده و از این حیث مدل در وضعیت قابل قبولی قرار دارد. شاخص برازش تطبیقی (CFI) برابر با 0/914 است و مقدار مطلوب برای مدل فوق تلقی می‌گردد. کسب امتیاز 0/809 برای شاخص نسبت اقتصاد نیز وضعیت خوب مدل را گزارش می‌دهد. همچنین در جدول فوق مقدار شاخص برازش هنجار شده مقتصد (PNFI) برابر با 0/720 بوده و مقدار مطلوب را گزارش می‌نماید. مقدار شاخص برازش تطبیقی مقتصد 0/739 حاکی از وضعیت رضایتبخش مدل است.

نتیجه‌گیری

در راستای بررسی و سنجش اثرگذاری عوامل کارآفرینی مبتنی بر بستر اکوتوریسم، نتایج حاصل از آزمون تی تک نمونه ای نشان می‌دهد در منطقه مورد مطالعه شش عامل اقتصادی، اجتماعی، نهادی، خدماتی، زیرساختی و محیطی اثرگذار است که البته میانگین اثر هر کدام از عوامل مذکور با یکدیگر متفاوت بوده است. نتایج بدست آمده از مدل عاملی مرتبه دوم مدلسازی معادلات ساختاری نشان می‌دهد معیار اجتماعی با بار عاملی، 0/94 موثرترین عامل بر گسترش کار آفرینی است. این عامل با سه شاخص ترکیبی فرهنگ مهمان‌پذیری ساکنان، ویژگی‌های روانشناختی و امنیت شناسایی شده است. بارهای عاملی نشانگر آن است فرهنگ مهمان‌پذیری ساکنان با برخورداری از نیروهای آموزش دیده و روحیه مهمان‌نوازی با بارعاملی 0/88 نقش پر رنگ‌تری در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی داشته است. ویژگی‌های روانشناختی از ترکیب متغیرهای انگیزه‌ها، خطرپذیری و تعارض بین انتظارات و واقعیات از سوی گردشگران تبیین شده است. این متغیر با وزن رگرسیونی 0/8 همبستگی قوی با توسعه فرصت‌های کارآفرینی اکوتوریستی داشته است. امنیت در برگیرنده امنیت روانی، آشنایی با قوانین و امنیت فیزیکی بوده است. این متغیر ترکیبی مشاهده شده نیز با وزن 0/76 با متغیر پنهان خود همبستگی داشته است.

پس از عامل اجتماعی گسترش زیرساخت‌های گردشگری به عنوان دومین عامل برای توسعه کارآفرینی مبتنی بر فرصت‌های اکوتوریستی در کویر مرنجاب برگزیده شده است. برای تبیین این عامل از 14 نماگر استفاده گردید. ترکیب این متغیرها شکل‌دهنده سه متغیر ترکیبی بوده که وارد فرآیند مدلسازی گردیده است. توسعه ارتباطات الکترونیک با ترکیب متغیرهای خدمات پرداخت الکترونیکی، اینترنت و خط تلفن بیشترین اثرگذاری را با بار عاملی 0/88 داشته است. زیرساخت‌های اولیه با بهره‌گیری از سیستم‌های برق‌رسانی، گازرسانی، آب تصفیه، پمپ بنزین، دفع فاضلاب، استفاده از انرژی تجدیدپذیر (انرژی خورشیدی، باد و ...) و دفع ضایعات با وزن 0/82 همبستگی قوی با عامل پنهان

خود داشته است. ایجاد تعمیرگاه اتومبیل، کرایه خودرو، مناسب سازی جاده سازگار با محیط زیست و نصب تابلوهای راهنمای راه در قالب متغیر آشکار حمل و نقل نیز با بار عاملی 0/30 از نظر گردشگران مورد نیاز تشخیص داده شده است.

گسترش فرصت‌های عرضه خدمات به گردشگران بارعاملی 0/84 داشته است و در شناسایی بسترهای کارآفرینی اکوتوریستی رتبه سوم را داراست. این متغیر پنهان با سه متغیر آشکار مورد سنجش قرار گرفته است. متغیر آشکار خدمات رفاهی - فرهنگی با ترکیب ایجاد امکانات شترسواری، کویر نوردی، شکار، رالی، حمام آفتاب، تفریح، رصد ستارگان در شب، عکاسی، آموزش و ارائه انتشارات زبان و اصطلاحات گویش محلی، ایجاد نمایشگاه‌های فرهنگی، اجرای آیین‌های سنتی (فاشوق زنی، رسم هوربابا، تعزیه و ...)، مرکز اطلاع رسانی طبیعت گردی با ضریب اثرگذاری 0/88 معنادار شده و اثرگذارترین شاخص بعد خدماتی بوده است. خدمات اقامتی با گسترش اکوکمپ، اقامتگاه‌های بین راهی، هتل، مسافرخانه و خانه‌های مردم محلی شناسایی شده و بار عاملی 0/78 را برای سرمایه گذاری و کارآفرینی دریافت کرده است. سرمایه گذاری در توسعه خدمات طبیعت گردی شامل پرند نگر، گیاه شناسی، زمین شناسی، جانور شناسی، کویر شناسی، جمع آوری گیاهان دارویی، ایجاد موزه طبیعت، مزارع، مراتع، ذخایر نمک، حفاظت گونه‌های جانوران، گیاهان دارویی، کویر درمانی، ماجراجویی و ماسه درمانی با مقدار 0/68 مناسب برای سرمایه گذاری و کارآفرینی بوده است.

بستر مناسب دیگر برای توسعه فرصت‌های کارآفرینی مبتنی بر جاذبه‌های کویر مرنجاب در عرصه خدمات محیطی است که با وجود سه عامل اقلیم و سیمای زمین، منابع آب و خاک و پوشش گیاهی با رعاملی 0/84 را از حیث اثرگذاری دریافت کرده است. در این متغیر پنهان نقش پوشش گیاهی با وزن 0/88 اثرگذارترین بوده است و تراکم، تنوع، ترکیب و وسعت پوشش گیاهی منطقه در فرصت‌های کارآفرینی تأثیر داشته است. اقلیم و سیمای زمین با ترکیب متغیرهای بارش، دما، تابش، جاذبه‌های زیبا شناختی، رطوبت نسبی، شیب، وسعت، ارتفاع، پستی و بلندی، جهت شیب، تنوع، جمعیت، پراکندگی، مخاطرات محیطی، کیفیت زیستگاه و حساسیت گونه‌های حیات وحش با وزن 0/69 می‌تواند در کارآفرینی نقش معناداری داشته باشد. منابع آب و خاک نیز با توجه به نوع منبع آب، میزان منبع، کیفیت آب، ویژگی‌های فیزیکی خاک، ویژگی‌های زیستی و ویژگی‌های شیمیایی آن اثرگذار بوده اند.

مدیریت یکپارچه گردشگری، فراهم سازی بستر فعالیت بخش خصوصی، اقبال نهادهای دولتی و سازمان‌های مرتبط با گردشگری و توسعه سازمان‌های مردم نهاد در قالب عامل نهادهای با بار عاملی 0/7 قابل سرمایه گذاری برای ایجاد فرصت‌های کارآفرینی اکوتوریستی بوده است.

عامل پنهان اقتصادی با سه متغیر آشکار ترکیبی، اقتصادی، بازارهای محلی و خدمات مهمان یاری مورد سنجش قرار گرفته و به عنوان آخرین متغیر اثر گذار با بارعاملی 0/69 تشخیص داده شد. در این عامل متغیر اقتصادی از ترکیب بهبود سرمایه در گردش، کاهش قیمت تمام شده خدمات، رقابت بین ارائه دهندگان خدمات، افزایش یارانه‌های دولتی، کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و تخفیفات مالیاتی با بارعاملی 0/96 در بهبود فضای کارآفرینی اثر گذار بوده است. گسترش فرصت‌های سرمایه گذاری در خدمات مهمان یاری بار عاملی 0/88 را دریافت نموده است. همچنین ایجاد و گسترش بازارهای محلی با ارائه صنایع دستی، ارائه غذاهای محلی، ارائه محصولات محلی، استفاده از کارکنان بومی در سایر بخش‌ها، بازارچه‌های صنایع دستی و بومی، راهنمای محلی بومی و ارائه لباس محلی لازم تشخیص داده شد.

نهایتاً باید بیان کرد امروزه اکوتوریسم در نواحی کویری و بیابانی اهمیت قابل توجهی پیدا کرده است و بسیاری از کشورهای بهره مند از اراضی کویری و بیابانی به واسطه سیاستگذاری و برنامه ریزی مناسب توانسته‌اند در راستای توسعه اکوتوریسم و کارآفرینی در این نواحی گام‌های موثری بردارند. محدوده مورد مطالعه نیز از این قاعده مستثنی

نیست. در نتیجه پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی با تکیه بر نتایج پژوهش حاضر فرصت‌های کارآفرینی ممکن با رویکرد گردشگری پایدار مورد سنجش و ارزیابی قرار گیرد.

پیشنهادات کاربردی پژوهش

به منظور بهبود عملکرد توسعه اکوتوریسم و نشر اثرات آن در جامعه محلی و با استناد به نتایج حاصل از تحقیق پیشنهادات ذیل ارائه می‌گردد:

- 1- توسعه بازارچه‌های محلی با رویکرد ارائه محصولات دامی و کشاورزی محلی و صنایع دستی.
- 2- افزایش امکانات و تسهیلات خدماتی رفاهی برای گردشگران از قبیل توسعه اقامتگاههای بومگردی و اکولوژها، افزایش مراکز عرضه اغذیه و رستوران‌ها.
- 3- افزایش و تنوع بخشی به فعالیت‌های رفاهی، فرهنگی و تفریحی با برگزاری جشنواره و نمایشگاههای گردشگری، مسیرهای شترسواری، موتور سواری و آف‌رود.
- 4- افزایش و بهبود کیفیت راههای دسترسی با رویکرد حفاظت از محیط زیست و پایداری.
- 5- افزایش تبلیغات و اطلاع رسانی در خصوص جاذبه‌های گردشگری کویر مرنجاب.
- 6- اصلاح و بازسازی کاروانسرای مرنجاب.
- 7- آموزش مردم محلی در خصوص نحوه برخورد با گردشگران و مهمان نوازی.
- 8- بستر سازی حضور جوامع محلی در حوزه گردشگری با ارائه مشوق‌های مالی و تسهیلات حمایتی.
- 9- فراهم آوری امنیت فیزیکی و روانی گردشگران در منطقه.
- 10- احداث کمپ‌های رصد ستاره از سطوح مبتدی تا حرفه‌ای.
- 11- آموزش نیروی محلی به منظور ارائه خدمات راهنمای گردشگر.
- 12- تدوین طرح جامع گردشگری کویر مرنجاب با بهره‌گیری از همه فرصت‌های اکوتوریستی موجود در منطقه و تنوع بخشی به انواع فعالیت با هدف افزایش ضریب ماندگاری طبیعت گردان.

کتابشناسی

1. اکبری، مرتضی، صاحب ایمانی، مهدی، قبادنژاد، رحیم رحیمی، (1394). "ارتباط میان رهبری تحول آفرین، بازاریابی داخلی و گرایش کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب)"، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره 8، شماره 3، صص 571-590.
2. - ایمنی قشلاق، سیاوش، فضیله خانی، سید سعیدهاشمی، (1391)، "نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه ی تطبیقی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)"، مجله جغرافیا و توسعه ی ناحیه ای، شماره 18، صص 217-238.
3. - آتلویک، جوو، استفن جی. پیچ، (1391). کارآفرینی و گردشگری (با رویکرد بین المللی). ترجمه رضا محمد کاظمی، شهباز یزدانی و مریم عزیزی، تهران، نشر کتابخانه فرهنگ.
4. - پرداختچی، محمد حسن، شفیع زاده، حمید، (1385). "درآمدی بر کارآفرینی سازمانی"، نشر ارسباران، شماره 32، تهران.
5. - رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، (1393). "تحلیل عوامل موثر در توسعه ی کارآفرینی گردشگری روستایی"، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره 8، صص 87-107.
6. - جمعه پور، محمود، نماینده، علی، (1391). ارزیابی راهبردی توان‌های اکوتوریستی و ظرفیت برد گردشگری کویر مرنجاب، مجله پژوهش و برنامه ریزی روستایی، شماره 1، صص 45-71.
7. - جمینی، داوود، احمد تقدیسی و علیرضا جمشیدی، (1393). "شناسایی راهبردهای توسعه اشتغال در مناطق روستایی با استفاده از مدل SWOT (مطالعه ی موردی: دهستان بدر، شهرستان روانسر)"، فصلنامه ی راهبردهای توسعه روستایی، شماره 4، صص 133-149.
8. - درام، اندی، مورآلن، (1388). مقدمه‌ای بر برنامه ریزی و مدیریت اکوتوریسم، ترجمه محسن رنجبر، تهران: انتشارات آبیژ.
9. - رضوانی، محمدرضا، (1387). توسعه ی گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، تهران.
10. - رضایی، روح الله، بهمن نجفی، (1394). "موانع راه اندازی و گسترش کسب و کارهای خانگی در مناطق روستایی شهرستان ارومیه"، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره 8، شماره 3، صص 433-451.
11. زاهدی، شمس السادات، (1385). مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
12. - شریعت نژاد، شمس الله، شریفی، مرتضی، (1376). "برنامه ریزی مقدماتی برای توسعه اکوتوریسم"، فصلنامه ی جنگل و مرتع، شماره ی 34، انتشارات سازمان محیط زیست، ص 30.
13. - شریعت نژاد، علی، امرایی، فیروز، ساعدی، عبدالله، (1394). "تأثیر راهبردهای نوآوری بر توسعه کارآفرینی سازمانی: با میانجی قابلیت‌های یادگیری سازمان (مطالعه موردی شهرکهای صنعتی استان لرستان)"، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره 8، شماره 2، صص 313-332.
14. - شفیعیان، امیر حسین، کریمی دستجردی، داوود، شفیعیان، مهرناز، (1392). "شناسایی و اولویت بندی فرصتهای خرد کارآفرینی گردشگری مذهبی داخلی مشهد"، فصلنامه علمی تخصصی گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، سال دوم، شماره دوم، صص 37-48.
15. - صیدایی، سید اسکندر، صادقی، حجت اله (1393). کارآفرینی و برنامه ریزی روستایی، نشر دارخوین.
16. - غنیان، منصور، خانی، فضیله، (1390). ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی (مطالعه موردی، اورامان). پژوهش‌های روستایی، سال دوم، شماره سوم، صص 99-123.
17. - قنبری، سیروس، دهقان، محمد حسین، میرکی انارکی، حسین، (1394). "عوامل موثر بر کارآفرینی در گردشگری روستایی، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال دهم، شماره 32، صص 1-20.

18. - کهن، گوئل، (1377)، "صنعت توریسم و توسعه ی پایدار، نمادی از مدیریت پویا"، مجله محیط شناسی، شماره 21، انتشارات سازمان محیط زیست، صص 79-90.
19. - کنعانی، آمنه، (1394)، "اولویت بندی عوامل مؤثر بر بازاریابی و فروش محصول جدید در کسب و کارهای کوچک و متوسط حوزه زیست فناوری غذایی"، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره 8، شماره 2، صص 333-352.
20. - کیانی سلمی، صدیقه، بسحاق، محمدرضا، (1395)، "تبیین اثرات جشنواره گلاب گیری از دیدگاه ساکنان محلی"، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره 11، شماره 31، صص 65-92.
21. - محمدی یگانه، بهروز، عینالی، جمشید، بیگدلی، اعظم، (1395)، "نقش کارآفرینی در توسعه مناطق روستایی با تأکید بر گردشگری (مورد: دهستان حصار ولیعصر شهرستان آوج)"، فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، سال 6، شماره 1، صص 193-203.
22. - مقصودی، مهران، سعید، عمادالدین، (1383)، ارزیابی ویژگی‌های ژئوتوریسمی لندفرم‌های نواحی بیابانی با تأکید بر دشت لوت، مجله مطالعات جهانگردی، سال 2، شماره 6، صص 95-108.
23. - مقصودی، مهران، شمسی پور، علی اکبر، نوربخش، سیده فاطمه، (1390)، "پتانسیل سنجی مناطق بهینه ی توسعه ی ژئومورفوتوریسم (مطالعه موردی: منطقه مرنجاب در جنوب دریاچه نمک)"، پژوهش‌های جغرافیای طبیعی، شماره 77، صص 1-19.
24. - میرزایی، رحمت، (1388)، "تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه"، فصلنامه روستا و توسعه، سال 12، شماره 4، صص 76-49.
25. - شاه حسینی، علی، (1386)، کارآفرینی، تهران، انتشارات آبیژ.

Ashomre, C (2004). Criteria for youth entrepreneurship, Education, Columbus.

- Aydalot, P(1986). The location of new firm creation: The French case.

- D. Keeble & E. Wever (1986). New firms and regional development in Europe , London: Croom Helm , pp.105-123.

- Banks, M. C (1991). Location decisions of rural new ventures; in frontiers of entrepreneurship. research. MA: Babson College.

- Bruno, A. V., & Tyebjee, T. T (1982). The environment for entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K.V. Vesper (Eds.), Encyclopedia of entrepreneurship New-Jersey: Prentice- Hall, pp. 289-307.

- Coria, Jessica, Enrique Calfucura (2012). Ecotourism and the development of indigenous communities: The good, the bad, and the ugly, Ecological Economics, pp 47-55

- 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), pp50- 76.

- Fridgen, J. D (1984). Environmental psychology and tourism, Annals of Tourism Research, 11, pp 19- 39.

- Hall, J., Gregory K., Daneke, A., & Lenox. M. J (2010). Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions. Journal of Business Venturing, 25, pp 439- 448.

Inskeep, E (2005). Tourism Planning: An Integrated and sustainable Development approach.

- Kotler, P., & Armstrong, G (1999). Principles of marketing. India: Prentice-Hall International Inc.

- Marsden, T., & Smith, E (2005). Ecological entrepreneurship: Sustainable development in local communities through quality food production and local branding. Geoforum, 36, pp 440- 451.

- Massaki, K., & Helsen, K (2004). Global Marketing Management, New York: John Wiley & Sons Inc
- Newsome, D and Dowling, R, and Moore, S.(2005). Wildlife tourism, channel view publications.
- Verheul, I. et al (2001). An eclectic theory of entrepreneurship, Tinbergen Institute Discussion aper. Indianapolis: Institute for Development Strategies, Indiana University.
- Reynolds, P., Miller, B., & Maki, W (1993). Regional characteristics affecting business volatility in the United States.
- C. Karlsson, B. Johannisson, & D. Storey (1980). Small Business International, National and Regional Perspective Dynamics ,pp. 81-104, London: Routledge.
- Smith, S. L. J. (1989). Tourism analysis. New York: Longman.
- E.S.K.A.P(2007). Developing womens entrepreneurship and e-business in green.
- UNWTO.(2007). "Sustainable Development of Tourism in Deserts".
- 26. - [William B. Gartner](#), [Nancy M. Carter](#), [Gerald E. Hills](#) (2003), the language of opportunity, new movements in Entrepreneurship. pp. 24- 103