

و در دوره ی نوسنگی دارد. نخستین کاوش ها در حدود سال ۱۸۴۱ میلادی در زیر تپه ای مصنوعی در نزدیک شهر گرگان انجام شد که خزانه ی معروف استرآباد در آن کشف گردید. کارشناسان برخی از اشیای موجود در آن خزانه را که شباهت بسیار با کشفیات تپه ی حصار گنبد داشته متعلق به هزاره ی سوم پیش از میلاد و نزدیک به ۵۰۰۰ سال پیش دانسته اند. (اقبال، ۱۳۷۴) در پایان سده ی ۱۹ در محلی به نام خرگوش تپه در نزدیکی گرگان امروز (در قسمت شمال شهر) نیز پژوهش هایی انجام شد و در سال ۱۹۳۱ یک گروه آمریکایی از دانشگاه پنسیلوانیا به روستای معروف تورنگ تپه در ۲۰ کیلومتری شرق گرگان رفته و به کاوش و بررسی پرداختند و آثاری ارزشمند از تمدن کهن در این منطقه یافتند. دو سال پس از این در سال ۱۹۳۳ یک گروه باستان شناس سوئدی به منطقه ی گرگان آمدند و پس از مطالعه ی حوزوی رودخانه قره سو یا سیاه آب در شمال گرگان اعلام کردند که بیش از ۳۰۰ تپه تاریخی در این منطقه وجود دارد که یکی از آنها شاه تپه بزرگ یا اسلام تپه است که در ۱۵ کیلومتری شمال غربی گرگان قرار دارد. در دوره ساسانیان دیوار تدافعی بزرگی در این منطقه به نام دیوار بزرگ گرگان ساخته شد که توسط باستان شناسان انگلیسی به مار سرخ شهرت یافته است. این دیوار بزرگ در سده ی ۵ میلادی تکمیل شد و بیانگر صنعت پیشرفته ی تدافعی آن دوران است. استرآباد، نام شهری تاریخی است که در منطقه ای که اینک شهر گرگان قرار دارد واقع بوده است از این شهر امروز تنها تپه ای تاریخی درون شهر گرگان به نام قطعه خندان که احتمالاً ارگ استرآباد در حدود ۳ هزار سال پیش بوده باقی مانده و باقی قسمت های شهر در اثر سیلاب های مکرر و توسعه ی گرگان در طول تاریخ به کلی از میان رفته است. تصویری که یکی از سیاحتگران از این منطقه در حدود سال های ۳۳۵ هجری قمری به دست می دهد، گویای آن است که استرآباد و گرگان دو شهر کاملاً مجزا بوده اند. (شعار، ۱۳۴۵) مولف کتاب تاریخ طبرستان می گوید مساحت گرگان (جرجان) ۴ فرسخ و موطن مرزبانان طبرستان بود. گرگین میلاد که در گرگان مقام زیستش

میسر نشد، لذا آن شهر (جرجان) را خراب کرده و در موضع معروف به عرق اسیران، استرآباد را بنا نهاد و این شهری که الان است بساخت و به مرور دهور عمارت آن مضاعف گشت. در زمان قاجار، ایران به ۴ ایالت و ۱۲ ولایت تقسیم شده بوده و منطقه یا سرزمین استرآباد یکی از آن ولایات بود که به ۸ یا ۷ بلوک به نام های انزان، سدن رستاق، استرآباد، شاهکوبین، ساور، دهات ملک، کتول، فندرسک و رامیان و کوهسار تقسیم شده بود ویرانه های شهر اصلی گرگان، در نزدیکی گنبد کاوس امروزی قرار دارد، در زمان رضا شاه پهلوی نام کهن گرگان را برای شهر استرآباد برگزیدند. (برجیان، ۲۰۰۸)

در ۱۷ فروردین ۱۳۲۳ شهر گرگان دچار زمین لرزه ی سختی شد و بیشتر بناهای آن شکست برداشت. از بناهای شهر قدیم گرگان، بنای امامزاده نور واقع در کوی بازار نعلبندان و بنای مسجد گلشن در کوی درینو و چند تیکه در نقاط مختلف شهر است (فرهنگ جغرافیای ایران، جلد ۳) آثاری از قرون ۹ و ۱۰ هجری قمری در این شهر وجود دارند و در این دوران شهر، صحنه ی برخورد آخرین سلاطین ایلخانی، تیموری و حکام ترک محلی است و در همین دوران است که اولین گام های قدرت گیری خانواده قاجار برداشته می شود. آثار ساختمانی بسیاری از دوران صفوی، نادر شاه و حکومت قاجار که استار آباد به عنوان پایتخت خانوادگی آنها بود. در این شهر ساخته شد که بعضا نیز باقی هستند. آقا محمد خان در این شهر به دنیا آمد. مساجد و مقادیر بسیار در آن وجود دارد و سادات زیادی در آن زندگی می کردند و به نام دارالمومنین معروف بوده که روی سکه های بعد از صفوی ضرب این شهر مشاهده می شود. (تاجیک، ۱۳۹۶)

۲-۶۴- بافت تاریخی شهر گرگان

بافت تاریخی گرگان، منحصر به فرد ترین بافت تاریخی شمال ایران در ۲۴ شهریور ماه سال ۱۳۱۰ خورشیدی به عنوان چهل و یکمین اثر تاریخی ایران در فهرست آثار ملی ایران به ثبت رسید. زمین لرزه ی شدید فروردین ۱۳۲۳ آسیب چندانی به بافت وارد نیاورد. شهر گرگان (استرآباد) در دوران قاجار ۶ محله ی بزرگ به نام های سرپیر، دربئو، سرچشمه، میخچه گران، نعلبندان، سبزه مشهد، داشت که دارای چندین محله ی فرعی مثل پاسرو، میرکریم، دوشنبه ای، شیرکش، باغشاه، دباغان، شاهزاده قاسم بودند. این شش محله و محلات فرعی هنوز هم به همین محلات قرار دارند و بیشتر مسجدها و تمام تکیه های قدیمی و زیارتگاه ها مکان مذهبی شهر نیز در همین محلات قرار دارند که امروز بافت قدیم و معماری سنتی و تاریخی این شهر و بخش عمده ای از میراث فرهنگی این دیار را تشکیل می دهند، همچنین قزاق محله که محل سکونت قزاق هاست جزو محله های قدیمی گرگان به شمار می آید. بافت قدیم گرگان متشکل از ۵ دروازه بوده است که این دروازه ها (محل تقاطع راههای مختلف بودند) می توانند علل و شیوه رشد شهر را نشان بدهند. ۵ دروازه ی شهر عبارت بودند از: دروازه ی شرقی به طرف بسطام و خراسان، دروازه ی فوجرد یا سبزه مشهد که به طرف گرگان قدیم می رفته است، دروازه ی جنوبی به نام چهل دختران که به طرف کوهستان می رفته و دروازه ی مازندران و دروازه ی دنکوان، که در دروازه ی پنجم رفت آمدی صورت نمی گرفته است. شگل گیری و تجمع فضاهای مسکونی در بافت قدیم گرگان تحت عنوان یک محله به نام مشخص بیانگر عواملی می باشد بعضی از این محله ها در روند تجمع افراد یک صنف شکل گرفته اند. مانند محله نعلبندان، دباغان یا میخچه گران بخش دیگری از محله ها به خاطر همجواری با عناصر و فضاهای خاص نام آن را به خود گرفته است مانند محله میدان یا سرچشمه. در روزگار

پهلوی نخستین خیابان مدرن شهر با نام پهلوی (امام خمینی فعلی) ساخته شد که با ایجاد آن محله ها

استرآباد به دو قسمت شمالی و جنوبی تقسیم شدند. (تاجیک، ۱۳۹۶)

۲-۶۵- دسترسی و حمل و نقل

گردشگران با استفاده از خوردو های شخصی، قطار و هواپیما می توانند از اکثر نقاط ایران وارد شهر گرگان شوند. همچنین ترمینال اتوبوسرانی و آژانس های مسافرتی فرصت مناسبی در اختیار گردشگران قرار داده تا از شهر های خود جهت استفاده از خدمات متنوع گردشگری وارد شهر گرگان شوند. فرودگاه گرگان در کیلومتر ۷ جاده آق قلا (شمال گرگان) واقع شده است. این فرودگاه در سال ۱۳۷۹ با انجام دو پرواز در هفته در مسیر تهران-گرگان تجدید شد. از سال ۸۹ تاکنون از دو پرواز در هفته در ابتدا شروع به کار فرودگاه به ۷۰ پرواز در هفته رسیده است که پروازهایی به مقصد های تهران، مشهد، اصفهان، زاهدان، کیش، پرواز حج تمتع، عمره و عتبات عالیات، پروژه های ترمینال بین المللی انجام می شود هم اکنون پروژه های توسعه ی فرودگاه گرگان شامل پارکینگ حجاج، استریپ سازی، پلایون، ساختمان حفاظت سپاه و سوله ی چند منظوره با اعتبار تخصصی به میزان حدود ۱۰۰ میلیارد ریال آغاز به کار کرده است. در شهر گرگان یک پایانه ی مسافربری (ترمینال) به وسعت ۴۹۳۰۰ مترمربع برای جابه جایی مسافر در سطح در شهر گرگان یک پایانه مسافربری به وسعت ۴۹۳ متر مربع برای جابجایی مسافر در سطح کشور مشغول به کار می باشد خدمات حمل و نقل عمومی درون شهری و برون شهری با داشتن بیش از ۵ هزار دستگاه وسیله نقلیه عمومی به جابجایی مسافری درون شهری و برون شهری می پردازد بالغ بر ۱۵۰ هزار سفر جابجایی نزدیک به دو میلیون نفر در این شهرستان صورت می پذیرد گرگان دارای خطوط اتوبوس درون شهری است که

می توان با خرید بلیط های ارزان از مراکز فروش بلیط از آنها استفاده کرد تاکسی ها و آژانس های تلفنی هم به راحتی قابل دسترس هستند همچنین همچنین راه آهن گرگان تهران گرگان فلسفی گرگان اینچه برون جابجایی مسافر انجام می دهند. (تاجیک، ۱۳۹۶)

۲-۶۶- زیر ساخت ها

زیرساخت های گردشگری از جمله عوامل موثری هستند که می توانند مستقیماً منجر به ارائه خدمات این موارد عبارتند از دسترسی فیزیکی به جاذبه گردشگری دسترسی به آب لوله کشی برخورداری از شبکه برق برخورداری از گاز و سایر فرآورده های نفتی و محاسبه شبکه توزیع آب و ارائه نقشه های اجرایی می باشد تهیه طرح و اجرای زیرساخت روزی سازی نیز شامل طراحی خط پروژه یادها و پول های موجود محل تصفیه خانه فاضلاب شیب بندی و تقاطع کانال ها جزئیات پیاده روها و غیره می باشد در بخش بهداشت و درمان شهرستان دارای ۹۰۰ نفر پزشک فوق تخصص های مختلف بوده و در بیمارستان خصوصی دولتی گوگوش ۲۰۱۰ درصد نقاط شهری و روستایی در این شهرستان است خدمات بهداشتی درمانی بهره مند می باشند شهرستان گرگان در بخش اماکن ورزشی دارای ۳۴ مرداد ورزشی سرپوشیده و سر باز می باشد ۱۷۰ هزار مترمربع به صورت فضای ورزشی روباز و ۲۸۰۰۰ متر مربع آن مرتبط فضای ورزشی سرپوشیده می باشد و امکانات زیربنایی شهرستان ۱۰۰ درصد جمعیت روستایی شهرستان از نعمت آب آشامیدنی سالم و بهداشتی درصد شهرها و روستاهای شهرستان گرگان دارای برق می باشند در رابطه با بهره مندی از ۱۰۰٪ شهرهای استان از گاز لوله کشی استفاده می نمایند بیش از ۹۵ روستا های مسکونی شهرستان نیز دارای شبکه لوله کشی گاز رسانی می باشند. (سیفی، ۱۳۹۶)

۲-۶۷- خدمات مهمان نوازی

از جمله خدمات اقامتی واحدهای پذیرایی بین راهی و رستوران ها دفاتر خدمات مسافرتی تعداد وسایل نقلیه درون شهری عمومی فرصتهای سرمایه گذاری و مناطق نمونه گردشگری اشاره کرد. (شماعی و موسوی وند، ۱۳۹۰: ۲۸) وجود زیرساخت‌های مناسب ارائه خدمات و مکانهای مناسب و محل های مورد نظر گردشگران عامل تضمین کننده در جذب گردشگر می باشد. (یوسفی شهیر و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۸) امکانات و زیرساخت هایی مانند پارک ها و شهرسازی ها گالری های هنری سینما آستارا سالن های ورزشی و سرگرمی آثار ملی شهر را به عنوان یکی از فضای گردشگری در آورد خدمات مهمان نوازی فعالیت گردشگری محسوب می شود چرا که از یک سو اشتغال و درآمد مستقیم از گردشگری را برای میزبان رقم می زند و در دیگر سو در برآوردن نیازها و خواسته های گردشگران یکی از عوامل اصلی شکل دادن به یک تجربه خوب گردشگری است. (سقای، ۱۳۹۲) منظور از خدمات مهمان نوازی خدمات پذیرایی اقامتی تجاری، ورزشی تفریحی و خرید و غیره است از پس از هزینه رفت و آمد معمولا هتل و غذا به یک اندازه هزینه های مسافر را تشکیل می دهد که معمولا مسافران برای غذا صرف ۱۸ تا ۲۰ درصد کل هزینه های سفر را تشکیل می دهد.

۲-۶۸- صنایع دستی و سوغات

صنایع دستی شهرستان شامل انواع قالی، قالیچه، پستی، چادرشب بافی، جاجیم بافی، سوزندوزی، سفالگری، گلیم بافی، نم بافی، معرق، نقاشی مینیاتور و ... می باشد. که حدود ۶۰ کارگاه کوچک خانگی ۱۲۳ کار کارگروه صنعت صنعتی را به خود اختصاص داده است. مهمترین سوغات شهر گرگان عبارت است از حلوای آماج، نان زنجبیلی (لوزی)، نان شیرینی (خرمایی)،

سرغریلی، نان پادرازی نان شیر مال، قطاب علاوه بر آن خوراکی ها و شیرینی جات سنتی و خانگی دیگر هم در گذشته نه چندان دور پخته می شده اند که از آن جمله می توان به این موارد اشاره نمود کلمبو، کالنی نون، گلاج، رشته به رشته، شیرینی برنجی، نون قندی، نون کلوچه سیچو کماج و شکلات های عیدی همچون پشت زیک، گندله شقزی، مارمرده (سیفی، ۱۳۹۶).

۲-۶۹- پتانسیل ها و قابلیت های شهرستان گرگان

۱- وجود مراکز آموزش عالی و تحقیقاتی مطلب در سطح کشور به خصوص دانشگاه علوم

کشاورزی گرگان

۲- برخورداری از مواهب طبیعی نظیر کوه جنگل اماکن مذهبی و اعتبار جهت کوهنوردی و

پیاده روی

۳- وجود سابقه فرهنگی درخشان و مشاهیر نامدار فرهنگی ادبی و علمی نظیر میرداماد

فخرالدین اسعد گرگانی و غیره

۴- تنوع قومی و فرهنگی

۵- وجود جاذبه توریستی و اماکن تاریخی نظیر ناهارخوران و مسجد جامع و...

۶- وجود رشته های هنری سنتی صنایع دستی و پیشینه تاریخی

۷- وجود کمپینگ های گردشگری الگدره و قرق

۸- فراهم بودن زمینه مناسب برای سرمایه گذاری در بخش های مختلف

۹- وجود فضای نمایشگاه دائمی برای ارایه ی محصولات تولیدی

۱۰- مرکز استان بودن شهر گرگان و ارایه ی خدمات برتر و تخصصی به سایر شهر های استان

گلستان و استان های مجاور

۱۱- پتانسیل مناسب برای استفاده از سطح کیفی و کیفی صنایع تخصصی صنایع تبدیلی

تکمیلی و بسته بندی کشاورزی و تنوع مواد اولیه و متنوع صنایع تبدیلی

۱۲- وجود تنوع اقلیمی و اکولوژی و خاک جهت توسعه فعالیت های کشاورزی باغداری

تخصصی گیاهان دارویی

۱۳- وجود مراکز مختلف تحقیقاتی علوم کشاورزی و منابع طبیعی مطرح در سطح

کشور. (سیفی، ۱۳۹۶)

۲-۷۰- ویژگی های گردشگری استان گلستان

جاذبه های هسته مرکزی محصول گردشگری را تشکیل می دهند آنها وزن هم متعادل کننده

ما بین عرضه و تقاضای گردشگری هستند جاذبه ها علت مسافرت و گردش مردم به مقصد خاصی

می باشد جاذبه گردشگری با توجه به اهمیتی که دارا می باشد میتواند به طور مستقل عمل کند و یا

زیر مجموعه جاذبه های بزرگتر باشد در کل روابط بین انواع متفاوت جاذبه های بخش های مهم

گسترش و پیشرفت جمعیت جاذبه های گردشگری است باید توجه داشت که بدون جاذبه های

گردشگری محصول گردشگری معروف د وجود داشته باشد از این روزا جاذبه گردشگری اصلی و

شرط لازم شکل گیری محصول گردشگری می باشد (گاتر، ۲۰۰۲: ۳۵۲). طبقه بندی جاذبه ها به آسانی

نیست آنها در همه تهدیدات متفاوت را برای افراد جامعه و یا صاحبان سرمایه و توسعه دهندگان

گردشگری ایجاد می کنند که تمامی منابع ویژگی ها و توانمندی های منطقه ای مورد نظر جاذبه

گردشگری گویند که بتوانند افراد و گروه‌ها را برای مقاصد مختلفی مختلف از جمله تجاری و بازرگانی مقاصد تفریحی و سرگرمی دیدارها و گسترش روابط و آثار فرهنگی یادگیری و آموزشی ها صفحه شخصی و پرورش خویشتن، مقاصد ماجراجویانه و ورزشی و گاهی مقاصد پژوهشی و علمی به خود جذب نمایند و در راستای این جز برای حفظ و پایداری ویژگی‌های آن منطقه و ایجاد منافع و نیز اعمال می‌شود. به تقسیم WTO مصالح برای ساکنان منطقه مفید واقع شود مربوط به تقسیم یک سیستم رایج که از سوی سازمان جهانی بندی ارائه شده از سوی ادوارد اینسکپ می‌باشد. در این تقسیم بندی جاذبه‌های گردشگری به سه دسته کلی تقسیم می‌شوند که عبارتند از:

۱- جاذبه‌های طبیعی که بر مبنای ویژگی‌های محیط طبیعی می‌باشد.

۲- جاذبه‌های فرهنگی که بر مبنای فعالیت‌های انسان‌های شکل می‌گیرد.

۳- جاذبه‌های خاص واقع به صورت مصنوعی خلق شده و به عبارتی انسان ساخت هستند بر

مبنای تقسیم بندی ذکر شده به اختصار و به صورت کلی می‌توان جاذبه‌های گردشگری استان گلستان را به صورت زیر بیان نمود.

۲-۷۱- جاذبه‌های طبیعی

پدیده‌های طبیعی و چشم اندازهای جالب جغرافیایی یکی از بی نظیرترین و جذاب ترین واحدهای جی مورفولوژی محسوب می‌شود به عنوان مهمترین عوامل گردشگری و توسعه صنعت اکوتوریسم به شمار می‌رود. تنوع اقلیمی ناهمواریها و عوارض طبیعی، منابع آب پوشش گیاهی، حیات وحش و ... از پتانسیل‌های مهم اکوتوریستی استان گلستان به شمار می‌روند و این استان از حیث اکوتوریسم واجد منابع ارزشمند و منحصر به فرد می‌باشد مهمترین جاذبه‌های طبیعی استان

گلستان عبارت است از چشمه (آب گرم زیارت، لال، گل رامیان، رنگو و ... آبشار (کبودوال، شیرآباد، لوه، گلستان و...) تالاب (آلا گل، آجی گل، آلمان گل، گمیشان و ...) غار (شیرآباد، کیارام، دام دام، فرنگ و...) پارک های جنگلی (پارک ملی گلستان و پارک جنگلی ناهارخوران، دلند، النگدره و...) ذخیره گاه جنگلی (سورکش، زرین، زرین گل، افراخته و ...) جزایر (آشوراده و شبه جزیره میانکاله دهکده های ییلاقی (زیارت، جهان نما، دراز نو، افراخته و ...) گل فشان (قارنیان، نفتلیچه و ...) سواحل دریای (بندر ترکمن و بندرگز) کوه و کوهپایه (کوه های شاهوار و شاهکوه و ...) (سیفی، ۱۳۹۶).

۷۲-۲- جاذبه های یاد ماندنی و تاریخی

قلمرو طبیعی و تاریخی ایران زمین در زمره کانون های اولیه پیدایش تمدن محسوب می شود. های مختلف این سرزمین پهناور اقوام گوناگون می زیستند که نحوه زیست و خلاقیت آنها در پاسخ به نیازهای مادی و معنوی زندگی آثار و یادمان های تاریخی و فرهنگ و فرهنگی ویژه ای را به وجود آورده و به یادگار گذاشته است (شربتی، ۱۳۸۹: ۵۶). استان گلستان به عنوان بخشی از سرزمین پهناور ایران زمین لحاظ تاریخی دارای سابقه درخشان است. این استان بزرگترین و آبادترین سرزمین شمال ایران در سده های اولیه اسلامی و قبل از آن بودند سابقه تمدن آن با توجه به کاوش های باستانی حدود ۶ هزار سال قبل بر می گردد و در حقیقت یکی از قدیمی ترین تمدن آریایی ها در شمال ایران بوده است ابعادهای اخیر به خصوص از گرگان کشف شده سکونت مردم این منطقه را به وجود سال های سوم و چهارم پیش از میلاد یعنی ورود آریایی ها به ایران می رساند تاکنون بیش از ۱۱۰۰ اثر و یادمان تاریخی در قلمرو استان گلستان شناسایی بیش مورد مطالعه قرار گرفتند این آثار شامل تپه و محوطه های باستانی (تورنگ تپه، شاه تپه، ملا علی تپه و ...) قلعه های تاق، شاه نشین ماران، گبری

و... برج ها (قابوس، رادکان) شهرهای تاریخی (تمیشه، جرجان، دشت حلقه) پل ها (آق قلا، قره سو، سیکاپل و...) مدارس دینی تاریخی (کریم ایشان) خانه های قدیمی (تقوی، خراسانی، امیر لطیفی و...) مساجد مهم تاریخی (مسجد جامع گرگان، کریم ایشان و...) موزه ها (کاخ موزه و موزه های باستان شناسی و صنایع دستی در شهر گرگان مردم شناسی در شهرهای علی آباد و...) سایر یادمان های تاریخی استان شامل دیوار دفاعی گرگان، کاروانسرای قزلق، جاده شاه عباسی، آرامگاه مختوم قلی فراغی می باشند.

۲-۷۳- جاذبه های فرهنگی

استان گلستان فرهنگ و تمدن دارای سابقه کهن در سرزمین پهناور ایران از نشانه های فرهنگی بازمانده دلالت بر قدمت و سابقه تاریخی فرهنگی و هنری مردم ساکن در این قلمرو دارند جاذبه های فرهنگی استان گلستان شامل جشن ها جشن ۶۳ سالگی مردان ترکمن، جشن عروسی در مناطق ترکمن نشین عروسی و عاروس تماشا) موسیقی (موسیقی ترکمنی، کتولی، گداری و...) رقص (خنجر ترکمن ها بلوچی، سیستانی، محلی مازندرانی) ورزش های بومی (کشتی بدون شال و با شال، کشتی ترکمنی، مسابقات اسب دوانی) صنایع دستی قالی، قالیچه، قارچین و پشته ترکمنی زیورآلات ترکمنی) بازارها (بازارهای دائمی نعلبندان، عباسعلی شهر گرگان بازارهای روز هفتگی بازارچه های ساحلی بندر ترکمن و بندرگز و بازارچه های مرزی اینچه برون پوشش اقوام ترکمن (پوشش زنان شامل روسری بزرگ گلدار، عرق چین، گردن بند، کلاه مردان شامل شلوار کلاه پوستی لباس پوستی و غیر می باشند.

جغرافیایی شهرها و دهستان‌ها و روستاهای استان گلستان مختصات جغرافیایی و مجاورت دارای ویژگی‌های منحصر به فرد خود می‌باشند که فاصله مکانی دوری و نزدیکی به دریای مازندران و قرارگیری در دست و پای کوه و کوهستان‌ها به خصوص نواحی جنگلی در مواردی است که به لحاظ اقامت و سوختن و چشم اندازهای محیطی حائز اهمیت اند. قلمرو طبیعی و تاریخی ایران زمین در زمره کانون‌های اولیه پیدایش تمدن محسوب می‌شود در نواحی مختلف این سرزمین پهناور اقوام گوناگونی می‌زیسته اند که نه زیست و خلاقیت آنها در پاسخ به نیازهای مادی و معنوی زندگی آثار و یا ضایعه یادمان‌های تاریخی و فرهنگی ویژه‌ای را به وجود آورده و به یادگار گذاشته است (شربتبی، ۱۳۸۹: ۵۶) استان گلستان به عنوان بخشی از سرزمین پهناور ایران زمین به لحاظ تاریخی دارای سابقه ای درخشان است این استان بزرگترین و آباد سرزمین در شمال ایران در سده های اولیه اسلامی و قبل از آن بوده است سابقه تمدن آن با توجه به کاوش های باستانی حدود شش هزار سال قبل بر می‌گردد و در حقیقت یکی از قدیمی ترین پارت‌های ایران شکل گیری تمدن آریایی‌ها در شمال ایران بوده است آثاری که در دهه‌های اخیر به خصوص از گرگان پیدا شده قدمت سکونت مردم در این منطقه را به هزارها سوم و چهارم پیش از میلاد یعنی از ورود آریایی‌ها به ایران می‌رسد. استان گلستان به دلیل آب و هوا پوشش گیاهی پارک‌های طبیعی زیبایی مانند پارک طبیعی گلستان و آبشارهای زیبای شیرآباد کبودوال از مرکز مهم گردشگری ایران به شمار می‌آید (قائمی، ۱۳۷۹: ۲).

الف) پیشینه‌ی مطالعات تجربی در داخل کشور

در این بخش، با توجه به هدف اصلی پژوهش و با در نظر گرفتن محدوده‌ی موضوعی تحقیق، به مرور نتایج برخی از مهم‌ترین مطالعات مرتبط تجربی انجام شده در داخل و خارج از کشور پرداخته شده است.

مقامی در سال (۱۳۸۳) در این مقاله که برگرفته از پژوهشی میدانی در سطح ملی است تحت عنوان "عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های بخش خدمات اجتماعی و فرهنگی دولتی ایران" انجام دادند، براساس نتایج تحقیق مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی به ترتیب اهمیت شامل عوامل ساختاری، رفتاری (محتوایی) زمینه‌ای (محیطی) بودند و هریک از این عوامل رابطه مثبت و معنای داری با متغیر کارآفرینی سازمانی داشتند. با توجه به نتایج بدست آمده از مطالعه میدانی و همچنین تجزیه و تحلیل‌های آمار توصیفی و استنباطی، مدل ذیل طراحی و ارائه گردیده که علاوه بر سازمان‌های اجتماعی و فرهنگی دولتی، سایر سازمان‌های دولتی و حتی سازمان‌های بخش خصوصی نیز می‌توانند برای توسعه کارآفرینی از آن استفاده نمایند و راهکارهای ارائه به وسیله این مدل را در سازمان خود به کار بندند.

یوسفی و همکاران در سال (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان بررسی و اولویت بندی دیدگاه کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه نسبت به عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی انجام شده است. نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است که از دیدگاه پاسخگویان، عوامل محیطی بالاترین اولویت و عوامل اجتماعی پایین‌ترین اولویت را از نظر تأثیرگذاری بر توسعه کارآفرینی داشتند.

حیدری ساریان در سال ۱۳۹۰ با پژوهشی تحت عنوان بررسی عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی کشاورزان در مناطق روستایی انجام دادند که نتایج بدست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داده که عوامل اقتصادی از اهمیت زیادی برخوردار است.

مراد نژادی و همکاران در سال ۱۳۸۶ در پژوهشی با عنوان عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایسران، که مورد تحلیل قرار داده و در نتیجه محیط اقتصادی، ویژگی‌های روانشناختی، پویایی محیط، دسترسی به منابع، مهارت بازاریابی، محیط اکولوژیکی و علاقه به کشاورزی را بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای مؤثر دانسته‌اند.

خادم الحسینی و همکاران در سال ۱۳۹۴ با بررسی نقش شورای شهر و شهرداری در توسعه گردشگری شهری انجام دادند. نتایج حاصل بیانگر این واقعیت است که در قانون فعلی شفافیت لازم جهت هماهنگی و تعاملات امور گردشگری بین مدیریت هماهنگ شهری و سایر بخش‌ها وجود ندارد و شهر شیراز نیازمند یک مدیریت واحد گردشگری شهری می‌باشد تا بتواند با توجه به پتانسیل‌های لازم در این زمینه به رشد و بهره‌وری برسد.

محمدرضا مبهوت و همکاران در سال ۱۳۹۳ در پژوهش تحت عنوان بررسی راهکارهایی در جهت توسعه پایدار گردشگری شهر چناران با استفاده از مدل SWOT انجام دادند که از نظر آنها

در حال حاضر صنعت گردشگری یکی از منابع مهم تولید درآمد، اشتغال و ایجاد زیرساخت‌ها برای نیل به توسعه پایدار محسوب می‌شود. هدف آن شناخت عوامل و زمینه‌های قدرت، ضعف، فرصت و تهدید موثر بر توسعه پایدار گردشگری شهر با استفاده از مدل SWOT و ارائه راهبردهایی جهت توسعه پایدار گردشگری شهری چنان‌که بود.

مسعود تقوایی و همکاران در سال (۱۳۹۰) به بررسی نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری (مورد مطالعه: کرمانشاه) پرداختند که نتایج حاکی از آن نشان دادند که بین مدیریت یکپارچه شهری و همکاری‌های متقابل مدیران شهری و مردم محلی با دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد، یعنی هر مقدار مدیریت شهری هماهنگ‌تر باشد و ارتباطات بیشتر بین مدیریت شهری و مردم محلی برقرار شود، به همان اندازه امکان دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری نیز بیشتر خواهد شد.

مقیمی در سال (۲۰۰۷) در پژوهش دیگر با عنوان بررسی موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی شرکتی در شرکت‌های صنعتی ایران پرداختند که با توجه به نتایج تحقیق مشخص شد مهمترین موانع توسعه کارآفرینی شرکتی شامل موانع ساختاری (ساختار و سیستم‌های سازمانی، تکنولوژی سازمانی، نیروی کار)، رفتاری (ویژگیها/سبک مدیران، نگرش مدیریتی، فرهنگ سازمانی، انگیزش مدیران) و محیطی (زمینه‌ای (محیط اقتصادی، محیط اجتماعی فرهنگی، محیط سیاسی قانونی، محلی تکنولوژیکی) بود.

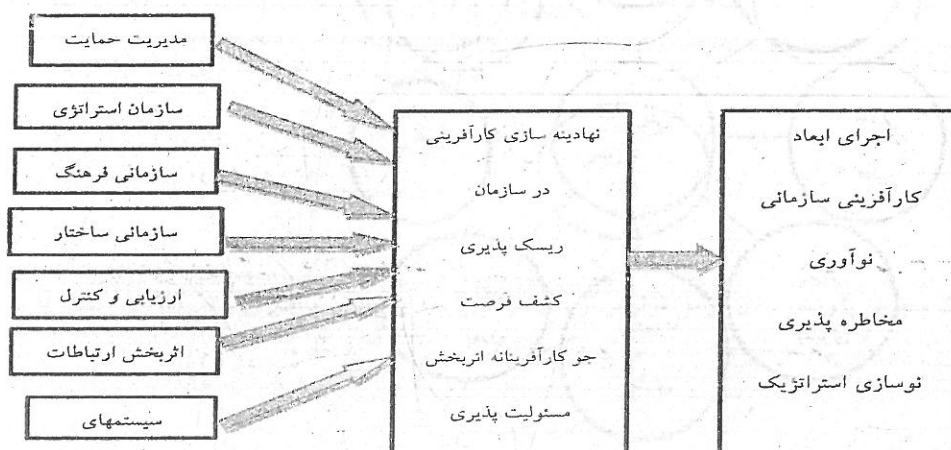
سید مهدی الوانی و همکاران در سال (۱۳۹۲) در پژوهش به عنوان شناسایی و اولویت‌بندی عوامل سازمانی موثر بر اجرایی کردن ابعاد کارآفرینی سازمانی با تبیین نقش نهادینه‌سازی کارآفرینی پرداختند، جامعه آماری اول این پژوهش شامل ۷۱۴ نفر از مدیران، متخصصان و کارشناسان شرکت-های کارآفرین در صنایع غذایی بهروز، زمزم، پاک، گلستان و محسن می‌باشد که با فرمول کوکران

۲۵۰ نفر به شیوه تصادفی ساده به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. جامعه آماری دوم نیز برای اولویت بندی عوامل، تعداد ۱۶ نفر از صاحب نظران و اساتید مدیریت کارآفرینی دانشگاهها بوده که نمونه آماری دوم نیز از طریق سرشماری مشخص شده و برابر با تعداد جامعه آماری دوم می باشد. ابزار اصلی مورد استفاده در این تحقیق برای گردآوری داده ها پرسشنامه است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ شیوه اجرا توصیفی همبستگی است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از فنون مدل یابی معادلات ساختاری و فرآیند تحلیل سلسله مراتبی فازی استفاده شده است. نتایج بررسی نشان می دهد نتایج این بررسی نشان می دهد که مولفه های عوامل سازمانی بر نهادینه سازی کارآفرینی در شرکت های کارآفرین در صنایع غذایی تاثیر مثبت دارند، و نهادینه سازی کارآفرینی در این شرکت ها نیز بر اجرایی شدن ابعاد کارآفرینی سازمانی تاثیر مثبت دارد.

متغیرهای مستقل

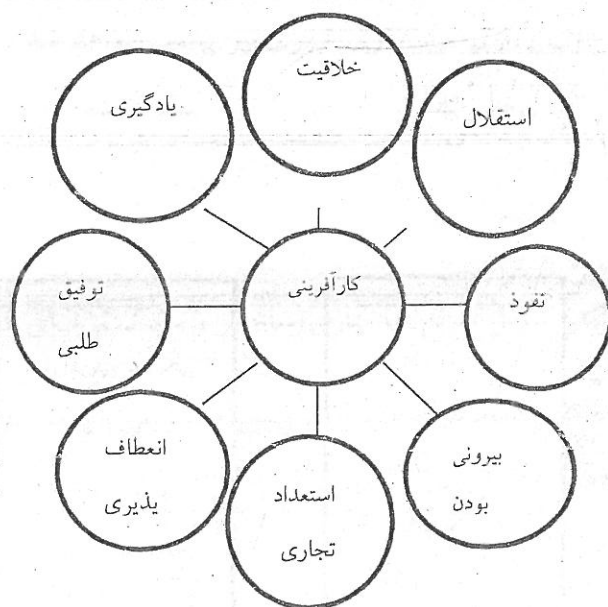
متغیر میانجی

متغیر وابسته



شکل (۲-۱۳) مدل مفهومی عوامل سازمانی موثر بر اجرایی کردن ابعاد کارآفرینی سازمانی (سید مهدی الوانی و همکاران ۱۳۹۲)

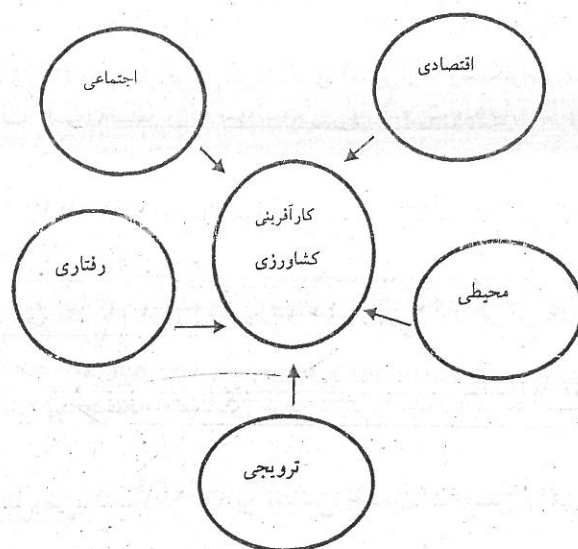
محمود اکرامی و همکاران در سال (۱۳۹۲) به بررسی توسعه مؤلفه‌های کارآفرینی کارکنان شهرداری (مطالعه موردی: شهرداری منطقه ۷ تهران) پرداختند. به علت تأثیر کارآفرینی و عوامل آن در اقتصاد و مدیریت شهری، هدف پژوهش حاضر، نامگذاری عوامل کارآفرینی و استاندارد نمودن این ویژگی‌ها می‌باشد. در تحقیق حاضر، عمده داده‌ها بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای و تحقیقات میدانی گردآوری شده‌اند. جامعه آماری این مقاله شامل تمامی کارکنان اعم از مدیران، کارشناسان ارشد و کارشناسان در شهرداری منطقه ۷ تهران می‌باشد که تعداد آنها ۴۲۰ نفر است و ۲۰۱ نفر از آنها با روش نمونه برداری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. نتایج به دست آمده نشان داد که عوامل خلاقیت، استقلال، نفوذ، بیرونی بودن، استعداد تجاری سازی، انعطاف پذیری، توفیق طلبی و یادگیری، عوامل مؤثر بر کارآفرینی می‌باشند.



شکل (۲-۱۴) مدل عوامل سازنده بر کارآفرینی شهرداری (محمود اکرامی و همکاران، ۱۳۹۲)

ابوبکر رئیسی و همکاران در سال (۱۳۹۵). با عنوان شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: شهرستان سرباز) پرداختند. این تحقیق از حیث روش، توصیفی - پیمایشی و از لحاظ هدف کاربردی است. جامعه آماری پژوهش ۵۵۰ نفر از

کشاورزان شهرستان سرباز مورد بررسی قرار دادند بر اساس نتایج تحقیق عوامل اقتصادی با میانگین رتبه ای ۳/۲۵ بیشترین تأثیرگذاری را بر کارآفرینی کشاورزی داشته و پس از آن عوامل محیطی، اجتماعی، رفتاری و ترویجی به ترتیب بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی کشاورزی گذاشته اند، بنابراین باید بستری فراهم گردد که به دریافت تسهیلات مالی و اعتباری (حمایت مالی) کشاورزان برای کارآفرینی کشاورزی، تسهیل هم افزایی شبکه ای و افزایش توان رقابت (فضای آزاد بازار) کشاورزان کمک کند.

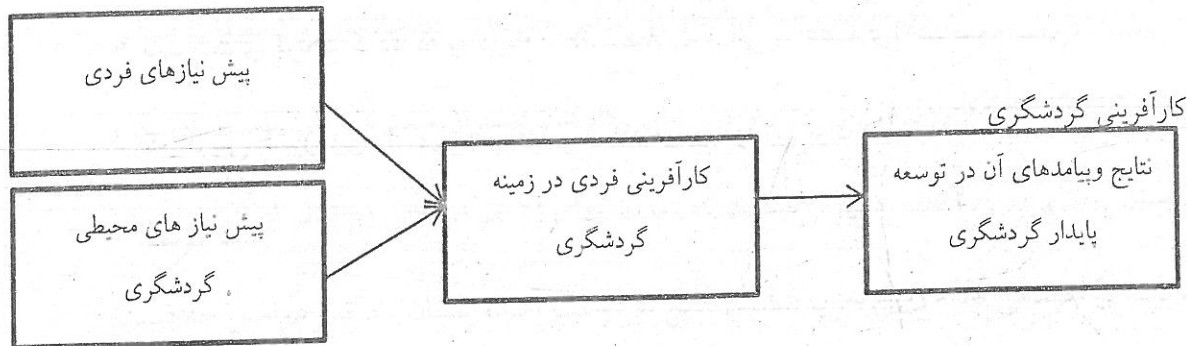


شکل (۲-۱۵) مدل مفهومی پژوهش برای عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی (ابوبکر رئیسی و همکاران، ۱۳۹۵)

منور ارغا و همکاران در سال (۱۳۹۶) در پژوهشی توصیفی-پیمایشی و از نوع کاربردی تحت عنوان نقش گردشگری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری که جامعه آماری این پژوهش ساکنان شهر ایلام می باشند که ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب پرسشنامه تأیید شده پژوهش به صورت تصادفی ساده بین آنها توزیع 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.



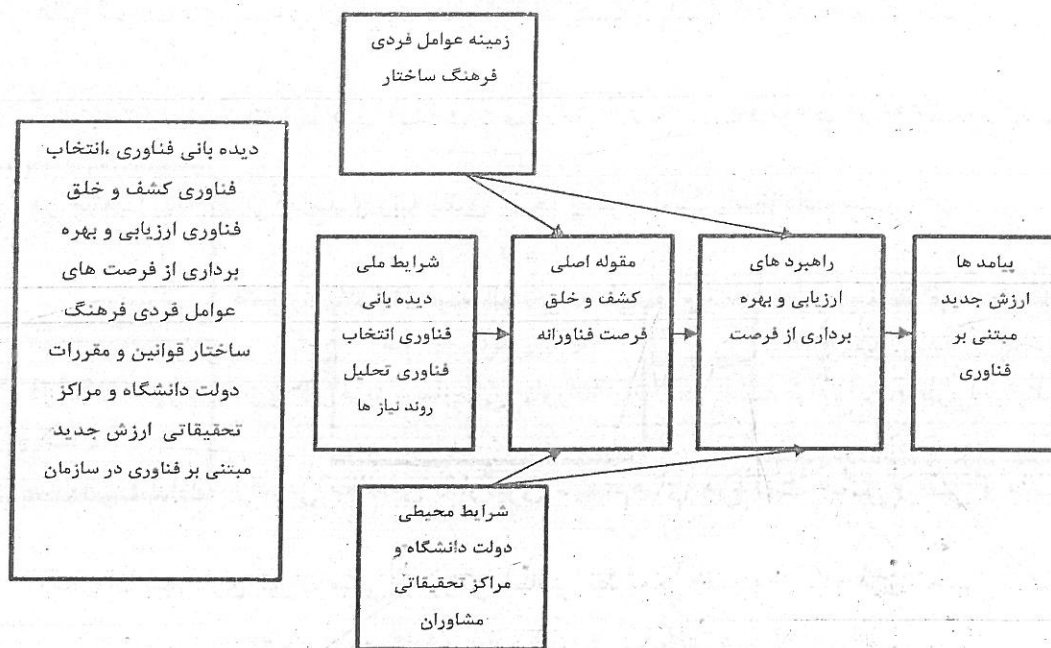
شکل (۲-۱۶) مدل کارآفرینی گردشگری (منور ارغا وهمکاران، ۱۳۹۶)

اکبری لنگوری (۱۳۹۱) در مقاله خود با عنوان «بررسی نقش کارآفرینی بر توسعه پایدار اقتصادی: نمونه به بررسی نقدش موردی کارگاه های زود بازده شهر بابل» کارآفرینی در توسعه پایدار اقتصادی پرداخته و آثاری که کارآفرینی بر توسعه اقتصادی شهر دارد را بیان کرده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کارآفرینان بابل می باشد ۲۱۲ نفر بر اساس جدول کرجسی و مورگان به روش تصادفی ساده نمونه گیری شدند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، از روش توصیفی -تحلیلی استفاده شده است. یافته های تحقیق نشان می دهد که با ایجاد انگیزه، فرهنگ سازی و ... می توان در جهت توسعه پایدار اقتصادی از طریق کارآفرینی، گام های اساسی برداشت.

محمد پور (۱۳۸۹) در پایان نامه ارشد خود به شناسایی و رتبه بندی مولفه های نوآوری در صنعت کارآفرینی بیمه پرداخته است. ده مولفه نوآوری سازمانی که عبارتند از: رهبری، ساختار سازمانی مناسب، افراد کلیدی، آموزش و توسعه مستمر کارکنان، درگیری همه جانبه و مستمر یا

نوآوری، تیم سازی، جوخلاق، تمرکز خارجی، ارتباطات گسترده و سازمان یادگیرنده را در بین مدیران عالی شرکت‌های بیمه ایران، آسیا، دانا، البرز، پارسیان، پاسارگاد، دی، ملت، معلم، نوین، سامان، توسعه، سینا، رازی و کارآفرین مورد بررسی قرار داده و به این سوال‌های مولفه‌های نوآوری سازمانی در صنعت بیمه ایران کدامند و رتبه بندی آن‌ها چگونه است پاسخ داده است.

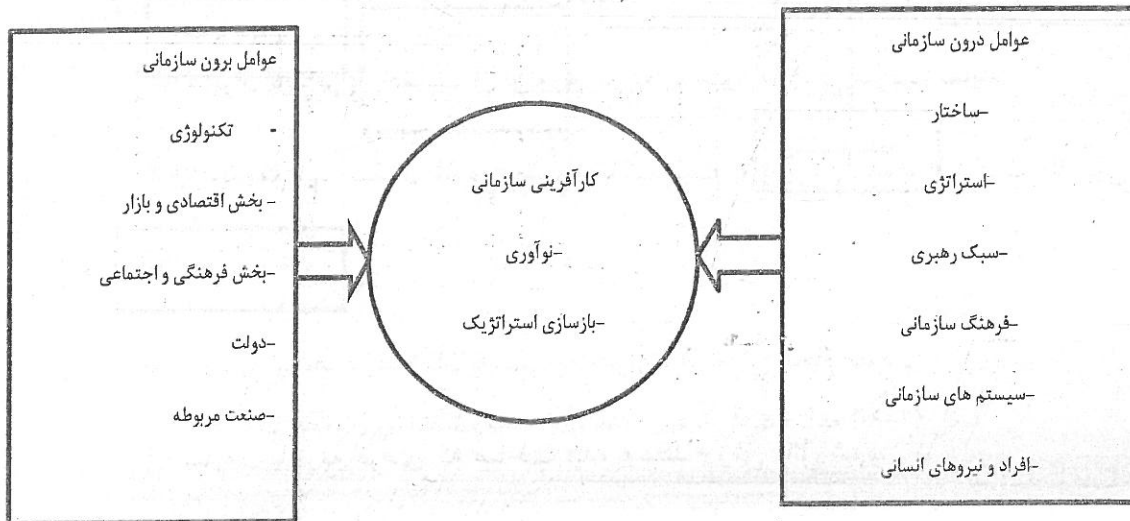
رضوانی و همکاران (۱۳۸۷) در مقاله خود مدلی نظام مند و مفهومی از تلاقی سنجه ای متصور در قالب مفهوم پردازی کارآفرینی سازمانی فناورانه ارائه داده است. برای این منظور فرآیند کارآفرینی سازمانی فناورانه براساس مطالعه‌ی بکارگیری سیستم‌های هوشمند حمل و نقل و مثابه فناوری در سازمان شهرداری تهران مبتنی بر روش شناسی نظریه بر خاسته از داده های تحلیل شده است و مدل مفهومی برگرفته از مشاهدات میدانی و مصاحبه‌های نظام مند با ۱۵ نفر از خبرگان کلیدی، استخراج می گردد. مدل حاصل در شکل (۲-۱۶) نشان می دهد که مقوله‌ی اصلی فرآیند کارآفرینی سازمانی فناورانه یعنی کشف و خلق فرصت فناورانه منبعت از شرایط علی شامل دیده بانی و انتخاب فناوری و تحلیل روند نیازهاست و بر اساس راهبردهای ارزیابی و بهره برداری از فرصت‌های فناورانه به ارزش جدید مبتنی بر فناوری به عنوان پیامد فرآیند، منجر می شود. از سوی دیگر شرایط زمینه ای همچون فرهنگ، ساختار و مدیریت و قوانین و مقررات و همچنین شرایط محیطی از جمله دولت، مراکز تحقیقاتی و مشاوران در این فرآیند موثرند.



شکل (۲-۱۷) مدل مفهومی کارآفرینی سازمانی فناوریانه (رضوانی و همکاران، ۱۳۸۷)

اصغر حق شناس و همکاران (۱۳۸۶) در مقاله خود کاربرد کارآفرینی را در سازمان های بخش دولتی ایران مورد بررسی قرار می دهد. بدین منظور وضعیت کارآفرینی در ادارات مرکزی سازمان های خدماتی دولتی ایران مورد مطالعه قرار گرفت و براساس مدل کنزی و ریچارد دفت، عوامل مختلف درون سازمانی و برون سازمانی تعیین شد و نقش و تاثیر آنها در وضعیت کارآفرینی سازمان های مورد مطالعه بررسی شد. یافته های این پژوهش نشان داد که سازمان های مورد مطالعه از وضعیت کارآفرینانه مطلوبی برخوردار نیستند و به منظور استقرار کارآفرینی در سازمان های دولتی ایران بایستی عوامل درون سازمانی و برون سازمانی از رفتارها و فعالیت های کارآفرینانه حمایت کرده و بسترهای لازم را فراهم نمایند. این پژوهش با شناسایی نارسایی های موجود در این زمینه و ارائه پیشنهادهایی برای پرورش و توسعه کارآفرینی سازمانی تا حدی مسیر حرکت به سمت استقرار کارآفرینی دولتی

روشن می کند. در این رابطه و براساس نتایج پژوهش چارچوبی به صورت شکل (۲-۱۸) بر نحوه تاثیر گذاری عوامل برون سازمانی و درون سازمانی بر کارآفرینی سازمانی را نشان می دهد.



شکل (۲-۱۸) نحوه تاثیر گذاری عوامل برون سازمانی و درون سازمانی بر کارآفرینی سازمانی (اصغر حق شناس و همکاران، ۱۳۸۶)

ب) پیشینه‌ی مطالعات تجربی در خارج کشور

لوکس^۱ (۲۰۱۳) در مقاله خود با استفاده از یک مدل ساختاری به بررسی رفتار کارآفرینانه و نوآورانه در سازمان های بزرگ پرداخت است. براساس نتایج بدست آمده از تحقیق به منظور اثر بخش نمودن رفتار کارآفرینانه و نوآورانه سازمانی بایستی فرهنگ سازمانی تغییر نماید. با استفاده از اجماع و تشکیل گروه های سازمانی جهت خلق ایده ها و تجمع آن ایده و تجمع آن و از بین بردن موانع سازمانی می توان سازمان را به سوی رفتار نوآورانه سوق داد. در این تحقیق پیشنهاداتی برای ترغیب سازمان فعالیت های کارآفرینانه ارائه گردید که به طور شامل موارد ذیل می شود:

¹. Lux

۱- نوآوری بایستی در مأموریت ارزش ها و اهداف سازمان مورد تاکید قرار گیرد.

۲- ارتباطات درونی باید در سازمان فراگیر باشد. اما به طور ویژه بایستی نقش مدیران،

کارکنان در ایجاد رابطه مستقیم با مشتریان به منظور توسعه محصولات و خدمات مورد توجه قرار

گیرد.

۳- مدیران باید برای حمایت از نوآوری در دوره های آموزشی شرکت نمایند.

۴- از ایده ها باید استقبال شود و مدیران باید نسبت به پذیرش ایده ها اقدامات مناسبی انجام

دهند.

۵- ارزیابی ایده ها در سازمان بایستی به صورت اثربخش انجام شود.

۶- سازمان باید به افرادی که صاحب ایده هستند ارزش قائل شود.

۷- سیستمی جهت توسعه پایدار باید ایده ها را اندازه گیری، ارزیابی و توسعه دهد.

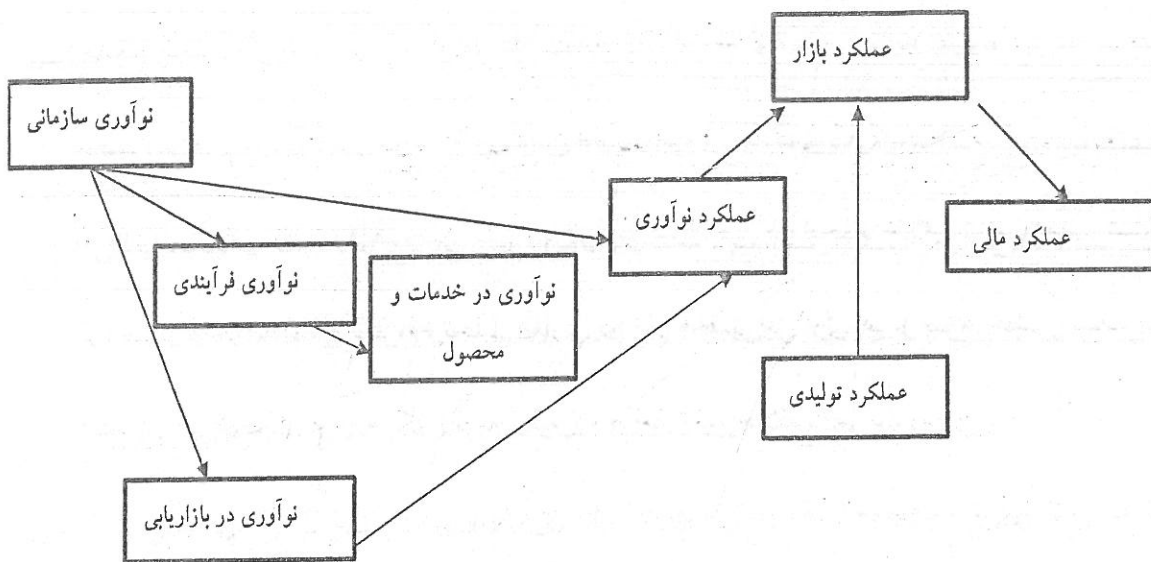
گان‌دای^۱ و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیق خود به بررسی تاثیر انواع نوآوری (محصول، فرآیند

بازاریابی و سازمانی) بر ابعاد مختلف عملکرد سازمانی (عملکرد نوآوری، تولید، بازار مالی) در شرکت

های تولیدی کشور ترکیه پراخته است. نتیجه این تاثیر مثبت انواع نوآوری بر عملکرد سازمانی را

نشان می دهد.

¹. Gunday



شکل (۲-۱۹) مدل مفهومی تحقیق گاندای و همکاران (گاندای و همکاران، ۲۰۱۱)

تورو (۲۰۱۳) در مقاله خود به بررسی تاثیر ارزش‌های فرهنگی بر کارآفرینی پرداخته است. در این مقاله از داده‌های سالهای ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۸ از ۶۲ کشور جهان با وسیله رگرسیون عددی استفاده شده است. معیارهای محیطی بر نوآوری سازمانی به طور ویژه بر کارآفرینی سازمانی تاثیر می‌گذارد. متغیرهای محیطی مانند زندگی در فرهنگ کارآفرینی و تعداد دستورالعمل‌های لازم برای ایجاد یک کسب و کار جدید با دسترسی به منابع مالی لازم می‌باشد که در این مقاله این متغیرها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. معیارهای غیر رسمی به عنوان ارتباط دهنده معیارهای رسمی و کارآفرینی سازمانی قرار می‌گیرد. معیارهای غیر رسمی شامل فرهنگ کارآفرینانه، تاثیر رسانه‌ها و معیارهای رسمی شامل دستورالعمل‌ها و اعتبار سازمانی می‌شود.

آمابیل^۱ و همکاران (۲۰۰۸) در تحقیقی به عنوان تاثیر خلاقیت در محل کار تاثیر خلاقیت در محیط کار را بررسی کردند. در این تحقیق مجموعه مولفه‌ها و شاخص‌های تاثیرگذار بر خلاقیت

^۱. Ambile

کارکنان شناسایی گردید. این مولفه‌ها شامل: محیط سازمان، انگیزش سازمان، نحوه مدیریت، سن، جایگاه شغلی، گردش شغلی و توجه به استعداد کارکنان می‌شود. این نتایج نشان داد که توجه به محیط سازمانی و انگیزش سازمانی بیشترین تاثیر را بر روی خلاقیت کارکنان دارد. که سبب ارتقای نوآوری سازمانی می‌شود همچنین سن کم اثرترین شاخص در ایجاد خلاقیت سازمانی شناسایی گردید. با توجه به انجام تجزیه و تحلیل آماری در این تحقیق این ارتباط از نوع خطی ساده است. همچنین این تحقیق به ارائه یک نظریه اولیه از چرخه تاثیر خلاقیت می‌پردازد.

دوینسی (۲۰۰۳) در تحقیقی پیامدهای تاثیر کارآفرینی سازمانی، انعطاف پذیری، تمایل به کار و رضایت شغلی را بررسی کرد از نتایج این تحقیق وجود رابطه معنی‌دار بین سطوح اعتماد و کارآفرینی سازمانی بود سطوح بالای اعتماد در بین اعضا، سازمان تاثیر مثبتی بر نوآوری از طریق تبادل اطلاعات دارد. بر همین اساس اعتماد زمانی در سازمان گسترش می‌یابد که کانال‌های اطلاعاتی باز بوده و تسهیم اطلاعات رایج باشد.

هورنزی و همکاران (۱۹۹۳)، (به نقل از هرنندی زاده، ۱۳۸۹) مهمترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت کسب و کارهای کارآفرینانه را تشویق به نوآوری، توسعه تیمهای کارآفرینی، نفویض اختیار، حمایت مدیریت و شیوههای جدید پاداش ذکر نموده اند. عوامل کلان اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در ایجاد تمایل و توانایی در افراد، برای انتخاب فعالیتهای کارآفرینی مؤثر هستند.

فرای^۱ در سال (۱۹۹۳) پژوهشی تحت عنوان موانع توسعه کارآفرینی سازمانی انجام دادند که بر اساس نتایج تحقیق، مهم ترین موانع توسعه کارآفرینی سازمانی شامل نظارت و کنترل شدید، نبود سیستم پاداش دهی و تشویق کارکنان، وجود فرهنگ سازمانی محافظ کارانه و توجه به منافع کوتاه مدت در سازمان بود.

^۱. Fry

کوراتکو^۱ و همکاران در سال (۲۰۰۵) با بررسی رابطه بین برنامه‌های توسعه کارآفرینی و رضایت شغلی تحقیقی انجام دادند که با توجه به یافته‌های پژوهش مشخص شد که متغیر رضایت شغلی کارکنان اثر مستقیم بر کارآفرینی سازمانی دارد، در حالی که سایر متغیرها شامل حمایت مدیریت، تشویق و ترغیب کارکنان، نبود محدودیت‌های زمانی و رفع محدودیت‌های سازمانی، به صورت غیر مستقیم از طریق متغیر رضایت شغلی (متغیر میانجی) بر کارآفرینی سازمانی تأثیرگذار بودند. چن^۲ و همکاران در سال (۲۰۰۵) با تحقیقی تحت عنوان طراحی مدلی نظام مند برای توسعه کارآفرینی سازمانی انجام دادند که نتایج تحقیق بیانگر آن بود که بین کارآفرینی سازمانی و عوامل حمایت مدیریت، تواناییهای کارآفرینی کارکنان، ساختار سازمان، تدوین راهبردهای کارآفرینی در سازمان و شرایط محیطی، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشت.

اسچپرز^۳ و همکاران در سال (۲۰۰۸) به بررسی ساز و کارهای تقویت و توسعه ظرفیت کارآفرینی سازمانی پرداختند که بر اساس نتایج تحقیق مشخص شد بین ظرفیت کارآفرینی سازمانی با چهار عامل پشتیبانی مدیریت، فرهنگ سازمانی، تعهد کارکنان، سیستم پاداش دهی و تشویق فعالیت‌های کارآفرینان کارکنان، رابطه مثبت و معنادار و با عامل محدودیت‌های سازمانی رابطه منفی و معناداری وجود داشت.

بلوسوا و همکاران در سال (۲۰۱۰) در تحقیقی تحت عنوان طراحی مدلی برای توسعه رفتارهای کارآفرینانه در سازمان انجام دادند که نتایج تحقیق بیانگر آن بود که بین کارآفرینی سازمانی با پشتیبانی مدیریت، آموزش کارکنان، فرهنگ سازمانی، عوامل ساختاری و عوامل محیطی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشت.

1. Kuratko

2. Chen

3. Scheepers

آربانو^۱ و همکاران در سال (۲۰۱۱) در طرح پژوهشی با عنوان بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در کشور اسپانیا پرداختند که نتایج حاکی از آن بود که نگرش نسبت به کارآفرینی یکی از مهمترین و تأثیرگذارترین عواملی است که در بروز رفتار کارآفرینانه نقش دارد.

جدول (۷-۲) خلاصه تحقیقات انجام شده

ردیف	نام محقق	سال	عنوان	تحقیق و نتایج
۱	مقیم	۱۳۸۳	عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمان های بخش خدمات اجتماعی و فرهنگی دولتی ایران	براساس نتایج تحقیق مهم ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی به ترتیب اهمیت شامل عوامل ساختاری، رفتاری (محتوایی) و زمینه ای (محیطی) بودند و هر یک از این عوامل رابطه مثبت و معنای داری با متغیر کارآفرینی سازمانی داشتند. با توجه به نتایج بدست آمده از مطالعه میدانی و همچنین تجزیه و تحلیل های آمار توصیفی و استنباطی، مدل ذیل طراحی و ارائه گردیده که علاوه بر سازمان های اجتماعی و فرهنگی دولتی، سایر سازمان های دولتی و حتی سازمان های بخش خصوصی نیز می توانند برای توسعه کارآفرینی از آن استفاده نمایند و راهکارهای ارائه به وسیله این مدل را در سازمان خود به کار بندند.
۲	یدالهی فارسی و همکاران	۱۳۸۷	کارآفرینی درون سازمانی در سازمان های دولتی (مطالعه موردی در استان خوزستان)	نتایج تحلیل همبستگی نشان داد که بین کارآفرینی درون سازمانی با متغیرهای سازمانی مورد بررسی شامل نظام کنترل، شیوه تصمیم گیری، ارتباطات، خطرپذیری، تغییر، نوآوری، آموزش و تحقیق، اهداف و پاداش سازمانی رابطه مثبت و معنادار و با سن و سابقه مدیریتی رابطه منفی و معنادار وجود داشت.
۳	یوسفی و همکاران	۲۰۱۵	بررسی و اولویت بندی دیدگاه کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه نسبت به عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی	نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است که از دیدگاه پاسخگویان، عوامل محیطی بالاترین اولویت و عوامل اجتماعی پایین ترین اولویت را از نظر تأثیرگذاری بر توسعه کارآفرینی داشتند.

^۱. Urbano

ردیف	نام محقق	سال	عنوان	تحقیق و نتایج
			کشاورزی در مناطق روستایی	
۴	سید مهدی الوانی و همکاران	۱۳۹۲	شناسایی و اولویت بندی عوامل سازمانی موثر بر اجرایی کردن ابعاد کارآفرینی سازمانی با تبیین نقش نهادینه سازی کارآفرینی	نتایج بررسی نشان می‌دهد که مولفه های عوامل سازمانی بر نهادینه سازی کارآفرینی در شرکت های کارآفرین در صنایع غذایی تاثیر مثبت دارند، و نهادینه سازی کارآفرینی در این شرکت ها نیز بر اجرایی شدن ابعاد کارآفرینی سازمانی تاثیر مثبت دارد.
۵	مقیمی	۲۰۰۷	بررسی موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی شرکتی در شرکت های صنعتی ایران	با توجه به نتایج تحقیق مشخص شد مهمترین موانع توسعه کارآفرینی شرکتی شامل موانع ساختاری (ساختار و سیستم های سازمانی، تکنولوژی سازمانی، نیروی کار)، رفتاری (ویژگیها، سبک مدیران، نگرش مدیریتی، فرهنگ سازمانی، انگیزش مدیران) و محیطی/زمینه ای (محیط اقتصادی، محیط اجتماعی فرهنگی، محیط سیاسی قانونی، محی تکنولوژیکی) بود.
۶	مسعود نقوایی و همکاران	۱۳۹۰	بررسی نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری (مورد مطالعه: کرمانشاه)	نتایج حاکی از آن نشان دادند که بین مدیریت یکپارچه شهری و همکاری های متقابل مدیران شهری و مردم محلی با دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد، یعنی هر مقدار مدیریت شهری هماهنگ تر باشد و ارتباطات بیشتر بین مدیریت شهری و مردم محلی برقرار شود، به همان اندازه امکان دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری نیز بیشتر خواهد شد.
۷	محمدرضا مبهوت و همکاران	۲۰۱۳	بررسی راهکارهایی در جهت توسعه پایدار گردشگری شهر چناران با استفاده از مدل SWOT	از نظر آنها صنعت گردشگری یکی از منابع مهم تولید درآمد، اشتغال و ایجاد زیرساخت ها برای نیل به توسعه پایدار محسوب می‌شود. هدف آن شناخت عوامل و زمینه های قدرت، ضعف، فرصت و تهدید موثر بر توسعه پایدار گردشگری و ارائه راهبردهایی جهت توسعه پایدار گردشگری شهری چناران بود.
۸	خادم الحسینی و	۱۳۹۴	بررسی نقش شورای شهر و شهرداری در توسعه	نتایج حاصل بیانگر این واقعیت است که در قانون فعلی شفافیت لازم جهت هماهنگی و تعاملات امور

ردیف	نام محقق	سال	عنوان	تحقیق و نتایج
	همکاران		گردشگری شهری	گردشگری بین مدیریت هماهنگ شهری و سایر بخش ها وجود ندارد و شهر شیراز نیازمند یک مدیریت واحد گردشگری شهری می باشد تا بتواند با توجه به پتانسیل های لازم در این زمینه به رشد و بهره وری لازم برسد.
۹	مراد نژادی و همکاران	۲۰۰۷	عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانه ای در ایران	در نتیجه عواملی چون محیط اقتصادی، ویژگی های روانشناختی، پویایی محیط، دسترسی به منابع، مهارت بازاریابی، محیط اکولوژیکی و علاقه به کشاورزی را بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی مؤثر دانسته اند.
۱۰	حیدری ساریان	۲۰۱۲	بررسی عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی کشاورزان در مناطق روستایی	که نتایج بدست آمده از تجزیه و تحلیل دادهها نشان داده که عوامل اقتصادی از اهمیت زیادی برخوردار است.
۱۱	محمود اکرامی و همکاران	۱۳۹۲	بررسی توسعه مؤلفه های کارآفرینی کارکنان شهرداری (مطالعه موردی: شهرداری منطقه ۷ تهران)	به علت تأثیر کارآفرینی و عوامل آن در اقتصاد و مدیریت شهری، هدف پژوهش حاضر، نامگذاری عوامل کارآفرینی و استاندارد نمودن این ویژگی ها می باشد. نتایج به دست آمده نشان داد که عوامل خلاقیت، استقلال، نفوذ، بیرونی بودن، استعداد تجاری سازی، انعطاف پذیری، توفیق طایی و یادگیری، عوامل مؤثر بر کارآفرینی می باشند.
۱۲	ابوبکر رئیسی و همکاران	۱۳۹۵	شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی (مطالعه موردی شهرستان سرباز)	این تحقیق از حیث روش، توصیفی پیمایشی و از لحاظ هدف کاربردی است. بر اساس نتایج تحقیق عوامل اقتصادی با میانگین رتبه ای ۳/۲۵ بیشترین تأثیرگذاری را بر کارآفرینی کشاورزی داشته و پس از آن عوامل محیطی، اجتماعی، رفتاری و ترویجی به ترتیب بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی کشاورزی گذاشته اند، بنابراین باید بستری فراهم گردد که به دریافت تسهیلات مالی و اعتباری (حمایت مالی) کشاورزان برای کارآفرینی کشاورزی، تسهیل هم افزایی شبکه ای و افزایش توان رقابت (فضای آزاد بازار) کشاورزان کمک کند.
۱۳	منور ارغا و همکاران	۱۳۹۶	نقش گردشگری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری	نتایج نشان داد که گردشگری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری در شهر ایلام تأثیر دارد و عامل های اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی-محیطی و فردی

ردیف	نام محقق	سال	عنوان	تحقیق و نتایج
				در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارد.
۱۴	اکبری لنگوری	۱۳۹۱	بررسی نقش کارآفرینی بر توسعه پایدار اقتصادی: نمونه موردی کارگاه های زود بازده شهر بابل	یافته های تحقیق نشان می دهد که با ایجاد انگیزه، فرهنگ سازی و ... می توان در جهت توسعه پایدار اقتصادی از طریق کارآفرینی، گام های اساسی برداشت.
۱۵	اصغر حق شناس و همکاران	۱۳۸۶	کاربرد کارآفرینی را در سازمان های بخش دولتی ایران	بدین منظور وضعیت کارآفرینی در ادارات مرکزی سازمان های خدماتی دولتی ایران مورد مطالعه قرار گرفت و براساس مدل کنزی و ریچارد دفت، عوامل مختلف درون سازمانی و برون سازمانی تعیین شد و نقش و تاثیر آن ها در وضعیت کارآفرینی سازمان های مورد مطالعه بررسی شد. یافته های این پژوهش نشان داد که سازمان های مورد مطالعه از وضعیت کارآفرینانه مطلوبی برخوردار نیستند و به منظور استقرار کارآفرینی در سازمان های دولتی ایران بایستی عوامل درون سازمانی و برون سازمانی از رفتارها و فعالیت های کارآفرینانه حمایت کرده و بسترهای لازم را فراهم نمایند. این پژوهش با شناسایی نارسایی های موجود در این زمینه و ارائه پیشنهادهایی برای پرورش و توسعه کارآفرینی سازمانی تا حدی مسیر حرکت به سمت استقرار کارآفرین دولتی روشن می کند.
۱۶	لوکس	۲۰۱۳	بررسی رفتار کارآفرینانه و نوآورانه در سازمان های بزرگ	به منظور اثر بخش نمودن رفتار کارآفرینانه سازمانی بایستی فرهنگ سازمانی تغییر نماید. با استفاده از اجماع و تشکیل گروه های سازمانی جهت خلق ایده ها و تجمع آن و از بین بردن موانع سازمانی می توان سازمان را به سوی رفتار نوآورانه سوق داد.
۱۷	تورو	۲۰۱۳	بررسی تاثیر ارزش های فرهنگی بر کارآفرینی	نتایج نشان داد که معیارهای محیطی بر نوآوری سازمانی به طور ویژه بر کارآفرینی سازمانی تاثیر می گذارد متغیرهای محیطی مانند زندگی در فرهنگ کارآفرینی و تعداد دستورالعمل های لازم برای ایجاد یک کسب و کار جدید با دسترسی به منابع مالی لازم می باشد که در این مقاله این متغیرها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است معیارهای غیر رسمی به عنوان

ردیف	نام محقق	سال	عنوان	تحقیق و نتایج
				ارتباط دهنده معیار های رسمی و کارآفرینی سازمانی قرار می گیرد. معیارهای غیر رسمی شامل فرهنگ کارآفرینانه، تاثیر رسانه ها و معیارهای رسمی شامل دستورالعمل ها و اعتبار سازمانی می شود.
۱۸	آماییل و همکاران	۲۰۰۸	تاثیر خلاقیت در محیط کار	در این تحقیق مجموعه مولفه ها و شاخص های تاثیرگذار بر خلاقیت کارکنان شناسایی گردید. این مولفه ها شامل: محیط سازمان، انگیزش سازمان، نحوه مدیریت، سن، جایگاه شغلی، گردش شغلی و توجه به استعداد کارکنان می شود. این نتایج نشان داد که توجه به محیط سازمانی و انگیزش سازمانی بیشترین تاثیر را بر روی خلاقیت کارکنان دارد. که سبب ارتقای نوآوری سازمانی می شود همچنین سن کم اثرترین شاخص در ایجاد خلاقیت سازمانی شناسایی گردید. با توجه به انجام تجزیه و تحلیل آماری در این تحقیق این ارتباط از نوع خطی ساده است. همچنین این تحقیق به ارائه یک نظریه اولیه از چرخه تاثیر خلاقیت می پردازد
۱۹	دونیسی	۲۰۰۳	پیامد های تاثیر کارآفرینی سازمانی، انعطاف پذیری، تمایل به کار و رضایت شغلی	از نتایج این تحقیق وجود رابطه معنی دار بین سطوح اعتماد و کارآفرینی سازمانی بود سطوح بالای اعتماد در بین اعضا، سازمان تاثیر مثبتی بر نوآوری از طریق تبادل اطلاعات دارد. بر همین اساس اعتماد زمانی در سازمان گسترش می یابد که کانال های اطلاعاتی باز بوده و تسهیم اطلاعات رایج باشد.
	آربانو و همکاران	۲۰۱۱	بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در کشور اسپانیا	نتایج حاکی از آن بود که نگرش نسبت به کارآفرینی یکی از مهمترین و تاثیرگذارترین عواملی است که در بروز رفتار کارآفرینانه نقش دارد.
۲۰	بلوسوا و همکاران	۲۰۱۰	طراحی مدلی برای توسعه رفتارهای کارآفرینانه در سازمان	که نتایج تحقیق بیانگر آن بود که بین کارآفرینی سازمانی با پشتیبانی مدیریت، آموزش کارکنان، فرهنگ سازمانی، عوامل ساختاری و عوامل محیطی رابطه مثبت و معنی داری وجود داشت
۲۱	اسچپیرز و همکاران	۲۰۰۸	بررسی سازوکارهای تقویت و توسعه ظرفیت کارآفرینی سازمانی	بر اساس نتایج تحقیق مشخص شد بین ظرفیت کارآفرینی سازمانی با چهار عامل پشتیبانی مدیریت، فرهنگ سازمانی، تعهد کارکنان، سیستم پاداش دهی و

ردیف	نام محقق	سال	عنوان	تحقیق و نتایج
				تشویق فعالیت های کارآفرینان کارکنان، رابطه مثبت و معنادار و با عامل محدودیت های سازمانی رابطه منفی و معناداری وجود داشت.
۲۲	چن و همکاران	۲۰۰۵	طراحی مدلی نظام مند برای توسعه کارآفرینی سازمانی	نتایج تحقیق بیانگر آن بود که بین کارآفرینی سازمانی و عوامل حمایت مدیریت، تواناییهای کارآفرینی کارکنان، ساختار سازمان، تدوین راهبردهای کارآفرینی در سازمان و شرایط محیطی، رابطه مثبت و معنی داری وجود داشت.
۲۳	کوراتکو و همکاران	۲۰۰۵	بررسی رابطه بین برنامه های توسعه کارآفرینی و رضایت شغلی	با توجه به یافته‌های پژوهش مشخص شد که متغیر رضایت شغلی کارکنان اثر مستقیم بر کارآفرینی سازمانی دارد، در حالی که سایر متغیرها شامل حمایت مدیریت، تشویق و ترغیب کارکنان، نبود محدودیت-های زمانی و رفع محدودیت‌های سازمانی، به صورت غیر مستقیم از طریق متغیر رضایت شغلی (متغیر میانجی بر کارآفرینی) سازمانی تأثیرگذار بودند.
۲۴	فرای	۱۹۹۳	موانع توسعه کارآفرینی سازمانی	بر اساس نتایج تحقیق، مهم ترین موانع توسعه کارآفرینی سازمانی شامل نظارت و کنترل شدید، نبود سیستم پاداش دهی و تشویق کارکنان، وجود فرهنگ سازمانی محافظ کارانه و توجه به منافع کوتاه مدت در سازمان بود.

پ) جمع بندی پیشینه تجربی

در جمع بندی نتایج حاصل از مرور منابع تجربی باید گفت که در آنها شهرداری کارآفرین با مؤلفه‌ها، شاخص‌ها و معرف‌های متفاوتی مورد سنجش قرار گرفته، به طوری که مقایسه نتایج حاصل از آنها به دلیل نبود ابزار یا خط کش واحد، مشکل است. علی رغم توفیق نسبی پژوهشگران در تعریف و توصیف شهرداری کارآفرین، در تحلیل آن موفق نبوده اند. اغلب منابع تجربی خصالتی توصیفی دارند و در تعداد بسیار اندکی از آنها سعی شده است علاوه بر توصیف، به تحلیل شاخص های موثر پرداخته شود که با توجه به ضعف مبانی نظری، توفیق قابل توجهی هم پیدا نکرده اند. در

اغلب منابع تجربی به کارکرد یا پیامدهای گونه های شهرداری کارآفرین یا اثرات حاصل از تغییرات (کاهش یا افزایش) آنها توجه نشده است. در این زمینه بیشتر روی پیامدهایی چون تسهیل کنش ها و منابع فردی و جمعی توسعه صنعت گردشگری، جلب مشارکت و همکاری گروهی کارکنان، لذا شناسایی عوامل موثر بر شهرداری کارآفرینی می تواند راه را برای گسترش توسعه صنعت گردشگری و به تبع آن افزایش درآمد پایدار برای شهرداری، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می شود. تقریباً آنچه در دیدگاه های نظری مطرح شده در منابع تجربی هم در عمل ولی به طور پراکنده مورد تأیید قرار گرفته است (عبداللهی و موسوی، ۱۳۸۶: ۲۰۸). با توجه به تحقیقاتی که در داخل و خارج کشور انجام شده است نشان می دهد که کارآفرینی بر عملکرد بلند مدت سازمانی بویژه انطباق و بقا بیشترین تاثیر را دارد. رویکرد کارآفرینی به سازمان اجازه می دهد تا با آمادگی بهتر به تغییر در محیط بیرونی واکنش نشان دهد، در طول زمان سازگار شده ادامه حیات دهد. در مجموع در خصوص تحقیقات انجام شده بایستی این نکته را خاطر نشان کنیم که در پژوهش های داخلی به عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی ویا از بین بردن موانع سازمانی می توان سازمان را به سوی رفتار نوآورانه سوق داد، پرداخته شده است. اما در تحقیقات خارجی حمایت مدیریت، نگرش نسبت به کارآفرینی در سازمان، تدوین راهبردهای کارآفرینی نیز در سازمان و همچنین در جنبه های مختلف صنعت گردشگری مورد سنجش واقع شده است.

تحقیقات ذکر شده در بالا پایه و اساس تحقیق حاضر را تشکیل داده اند. هدف از شهرداری کارآفرین توسعه آن در صنعت گردشگری می باشد، با توجه به شرایط اقتصادی ایران که در آن بسیاری از سازمان ها به دلیل کمبود منابع و یا تامین مواد اولیه رو به ورشکستگی می روند، ضروری است تا در این شرایط هر سازمانی با تجمیع نیروی فکری برتر شرکت ها و تعیین استراتژی مناسب و بهبود شرایط کارآفرینی برای رهایی از وابستگی های بیرونی، به توسعه عملکرد دست یابند. در این

تحقیق محقق بر آن است تا با توجه به اهمیت متغیرهای زمینه‌ای و مدیریت و بهبود صنعت گردشگری و نقش آن در درآمد پایدار شهرداری کارآفرینی که کمبود و یا بکارگیری ناصحیح و ناآگاهانه این متغیرها در بسیاری از سازمان‌های ایرانی نسبت به سازمان‌های کشورهای توسعه یافته، کاملاً محسوس می‌باشد را در سازمان شهرداری که عملکرد این سازمان و توسعه اقتصادی از صنعت گردشگری به شدت بر درآمد پایدار سازمان تاثیر گذار است را بسنجد. تحقیقات پیشین تنها به صورت کیفی و یا مدل‌های پژوهشی، در زمینه کارآفرینی و گردشگری اجرا گردیده است اما در این تحقیق به دلیل اینکه از روش آمیخته جهت بررسی متغیرها استفاده شده است دارای نوآوری می‌باشد و ذکر این مورد ضروری است که هیچ یک از تحقیقات گذشته به بررسی شهرداری کارآفرین و توسعه صنعت گردشگری نپرداخته اند. در تحقیقات پیشین تنها بر جنبه تئوری صنعت گردشگری و کارآفرینی سازمانی تمرکز کرده اند اما در این تحقیق جنبه‌های جدیدی از شهرداری کارآفرین مورد بررسی قرار گرفته است.

فصل سوم:

روش‌شناسی تحقیق

اصطلاح تحقیق علمی عبارت است از تلاش کاوشگرانه که با آداب خاصی به طور نظام یافته با هدف کشف مجهولی به منظور گسترش قلمرو معرفتی نوع بشر انجام شده و شناخت حاصل از آن مصادیق خارجی داشته باشد (حافظ نیا، ۱۳۸۶). لازم به ذکر است که در یک تحقیق علمی بایستی فرضیات آزمون شوند و برای این کار محقق نیازمند یک روش تغییر مناسب است به عبارت دیگر محقق با روشن کردن روش تحقیق خود به جمع آوری تجزیه و تحلیل و تفسیر اطلاعات برای رسیدن به اهداف تحقیق که همانا آزمون فرضیات تحقیق است دست می‌زنند به دیگر سخن اینکه محقق با کمک این روش یا عدم صحت فرضیات خود را آزمایش می‌نماید و روش مذکور محقق را در درک رابطه علیت بین متغیرها تحت بررسی یاری می‌دهد همچنین قلمرو کل را تعیین می‌کنند یعنی اینکه آیا نتایج به دست آمده را می‌تواند به جامعه بزرگتر یا موقعیت‌های مختلف تعمیم یابد (ایران نژاد پاریزی، ۱۳۸۷). این بخش مهمترین بخش تحقیق است و حلقه ارتباطی بین ایجاد سوال در ذهن محقق و ارائه پاسخ اولیه می‌باشد در این فصل ابتدا در خصوص روش تحقیق توضیح داده می‌شود و سپس جامعه آماری تحقیق معرفی می‌گردد در مورد روش نمونه گیری و محاسبه تعداد نمونه ها یا همان حجم نمونه بحث می‌شود جمع آوری داده ها توضیح داده خواهد شد مبحث بعدی چگونگی حصول اطمینان از روایی و پایایی جمع آوری داده هاست و در انتها در روش تجزیه و تحلیل داده ها تحقیق بیان می‌گردد.

۳-۲- مراحل انجام تحقیق

چارچوب نظری، الگوی مفهومی است و بر روابط نظری میان تعدادی از عوامل در مورد مساله پژوهش با اهمیت تشخیص داده شده اند، تاکید دارد. در این چهارچوب درباره پیوندهای درونی میان متغیرهای که در پویایی موقعیت مورد بررسی نقش دارند و بحث می کند. پدید آوردن چنین چارچوب مفهومی به پژوهشگر کمک می کند که روابط خاصی را در نظر بگیرد، آنها را بیازماید و درک خود را در زمینه پویایی های موقعیتی که قرار است پژوهش در آن صورت گیرد بهبود بخشد (حسن زاده، ۱۳۹۲). در این پژوهش شناسایی ارتباط بین ابعاد و مولفه های شهرداری کارآفرین با تاکید بر صنعت گردشگری با کارآفرینی سازمانی و نوآوری سازمانی در کارکنان شهرداری های استان گلستان می باشد بر این اساس در شکل (۳-۱) مراحل انجام تحقیق نشان داده شده است.

مراحل	اقدامات	روش
گام اول	انجام مطالعات کتابخانه‌ای و تحقیق از طریق پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده مرتبط با عوامل تحقیق توسط پژوهشگر	طراحی و شناسایی متغیرهای کارآفرینی با مفاهیم اصلی سوال
گام دوم	شناسایی ابعاد و مولفه‌های شهرداری کارآفرین	طراحی پرسشنامه جهت استفاده از نظر خبرگان به شیوه دلفی فازی
گام سوم	شناسایی و تحقیق درخصوص انواع گردشگری، به ویژه گردشگری شهری و تاثیر گردشگری در افزایش کارآفرینی توسط شهرداری‌ها	تعیین انواع شیوه‌های گردشگری و تاثیر روش‌های مختلف در توسعه گردشگری شهری از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی‌های میدانی
گام چهارم	پخش پرسشنامه برای جامعه آماری	عملیاتی کردن پژوهش در جامعه آماری مورد نظر
گام پنجم	محاسبه نمرات نسبت نزدیکی گزینه ایده‌آل تعیین نمودن گزینه‌های فرضی ایده‌آل مثبت و ایده‌آل منفی، انجام عملیاتی معادلات ساختاری و نرم افزار SPSS	امتیازبندی ابعاد و مولفه‌های اصلی کلیدی
گام ششم	بررسی الگوی ساختاری روابط بین ابعاد و طراحی مدل شهرداری کارآفرین بر اساس گردشگری	ارائه مدل شهرداری کارآفرین با توسعه گردشگری

شکل (۳-۱) مراحل انجام تحقیق

۳-۳- روش شناسی تحقیق

به منظور دستیابی به اهداف تحقیق و موفقیت آن ضروری است که دقت و تعمق لازم برای انتخاب روش و ابزار مناسب صورت گیرد. بنابراین تعیین شیوه و روش بررسی تا حدودی در گرو اهداف تحقیق است و باید از موضوع ویژگی‌های جامعه مورد بررسی تبعیت کند. هدف تمامی علوم شناخت و درک دنیای پیرامون است. به منظور آگاهی از مسایل و مشکلات دنیای اجتماعی روش‌های علمی تغییرات قابل ملاحظه‌ای پیدا کرده اند. این روندها و حرکت‌ها سبب شده است که

برای بررسی رشته‌های مختلف بشر از روش‌های علمی استفاده شود. از جمله ویژگی‌های مطالعه‌ی علمی که هدفش حقیقت‌یابی است، استفاده از یک روش تحقیق مناسب می‌باشد انتخاب روش تحقیق مناسب به هدف‌ها، ماهیت و موضوع مورد تحقیق و امکانات اجرایی بستگی دارد و هدف از تحقیق دسترسی دقیق و آسان پاسخ به پرسش‌های تحقیق است. در تحقیق حاضر به بررسی نوع و روش تحقیق، جامعه آماری، شیوه نمونه‌گیری، روش گردآوری اطلاعات، روش تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون‌های آماری مورد استفاده می‌پردازیم.

۳-۴- روش تحقیق

به عقیده صاحب نظران روش تحقیق مجموعه‌ای از قواعد ابزار و راه‌های معتبر و نظام یافته برای بررسی واقعیت‌ها کشف مجهولات و دستیابی به راه حل مشکلات است (خاکی، ۱۳۸۶). روش تحقیق از نوع توصیفی یکی از روش‌های تحقیق توصیفی، تحقیق همبستگی است (سرمد، و دیگران، ۱۳۸۶: ۹۰) که در این پژوهش از آن استفاده شده است در این نوع تحقیق رابطه میان متغیرها بر اساس هدف تحقیق تحلیل می‌گردد. تحقیق حاضر از لحاظ ماهیت و اهداف از نوع کاربردی است و از لحاظ روش جمع‌آوری اطلاعات برای آزمون سوالات از نوع توصیفی و همبستگی است.

این پژوهش از نوع اکتشافی ماهیت توصیفی-تحلیلی و هدف کاربردی می‌باشد. پژوهش توصیفی به مجموعه روش‌هایی اطلاق می‌شود که هدف آن‌ها، توصیف شرایط با پدیده‌های مورد بررسی است. یکی از اهداف پژوهش توصیفی می‌توان شناخت بیشتر شرایط موجود و کمک دادن به تصمیم‌گیرندگان در فرایند تصمیم‌گیری باشد. سوال‌های مربوط پرسشنامه با استفاده از مقایسه زوجی (جفتی) تنظیم شده است اطلاعات جمع‌آوری با استفاده از نرم افزار spss و ۱۱ Expert choice

پردازش شده است در فرایند پژوهش بر اساس خروجی آزمون کرونباخ، سطح پایانی گویه های پرسشنامه محاسبه می گردد. آزمون های آماری بر اساس ماهیت داده ها و اهداف پژوهش در دو بخش است یافته های توصیفی و تحلیلی تنظیم شده اند و یافته های توصیفی اطلاعات فردی پاسخگویان بررسی می شود در یافته های تحلیلی، از آزمون های آماری فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) استفاده می شود. روش اکتشافی را می توان با جستجوی ادبیات، صحبت با متخصصان حوزه مربوطه و انجام مصاحبه متمرکز با افراد یا گروه ها، خواندن متون و نوشته های مختلف، مشورت با اساتید و صاحب نظران و... دنبال کرد. پژوهش اکتشافی غیر تجربی و مبتنی بر مشاهده است. هدف اصلی در تحقیق اکتشافی شناخت وضعیتی است که درباره آن آگاهی های لازم وجود ندارد. تکنیک دلفی برای شناسایی مهمترین شاخص های تصمیم گیری قابل استفاده است. از این تکنیک برای غربال شاخص ها یا رسیدن به یک توافق در زمینه اهمیت شاخص های تصمیم گیری استفاده می شود. در پژوهش های کیفی که جنبه اکتشافی دارد و شناسایی ماهیت و عناصر بنیادین یک پدیده محور مطالعه است می توان از تکنیک دلفی استفاده کرد. تکنیک دلفی بصورت یک رویکرد تحقیقی جهت بدست آوردن اجماع با استفاده از یک سری از پرسشنامه ها و ارائه ی باز خورد به شرکت کنندگانی که در حوزه های کلیدی دارای تخصص هستند تعریف می شود. این روش بطور ویژه زمانی سودمند است که محققان ملزم به جمع آوری دیدگاه های کارشناسان منفرد در مورد موضوعی خاص و ایجاد توافق بر سر موضوع مورد نظر باشند تا اینکه فرض ها یا دیدگاه های اساسی خبرگان را شناسایی نمایند.

در این مرحله از بین روش‌های تحقیق کیفی از روش دلفی فازی استفاده می‌شود. برای بررسی موضوع تحقیق هم از منابع مکتوب (کتاب، مقاله، پایان نامه و دیگر نوشته‌ها در این زمینه) و هم نظرسنجی از ۳۰ نفر خبره از شهرداران، مدیران و کارشناسان شهرداری‌ها، اعضای شوراهای اسلامی شهر و مدیران و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری که دارای تجارب ارزنده و مفید بوده‌اند استفاده شده است.

تکنیک دلفی

تکنیک دلفی فرایند ساختارمندی برای گردآوری اطلاعات در مراحل متوالی و در نهایت اجماع گروهی است (حبیبی و همکاران، ۲۰۱۴). کاربرد روش دلفی، ساخت دادن به فرایند ارتباطات میان افراد است، به نحوی که چنین فرایندی در فراهم آوردن زمینه درگیری آنان به عنوان یک کل، با مسئله یا موضوعی پیچیده مؤثر باشد. این ارتباط ساخت یافته با بازخور اطلاعات و دانش افراد، ارزیابی قضاوت یا نظر گروه، ارائه فرصتی به افراد برای بازنگری در نظرشان، و تا حدی پنهان نگه داشتن پاسخ‌های افراد از یکدیگر تأمین می‌شود (لیتستون و تروف، ۱۹۷۵) روش دلفی در عمل، مجموعه‌ای از پرسشنامه‌ها یا دوره‌های پشت سر هم به همراه بازخور کنترل شده‌ای است که تلاش دارد به اتفاق نظر میان یک گروه از افراد خبره درباره یک موضوع خاص دست یابد (پاول، ۲۰۰۳).^۱ به طور کلی روش دلفی شامل چند مرحله اساسی است (اوکولیا و پاولوسکی، ۲۰۰۴).^۲ در مرحله اول، مسئله پژوهش تعریف می‌شود و بر آن اساس ویژگی‌های لازم برای شرکت کنندگان در پانل دلفی تعیین می‌گردد. سپس نامزدهای مشارکت در این پانل شناسایی و از آنان دعوت به عمل می‌آید. این

¹- Linston & Turoff

²-Powell

³-Okoli & Pawlowski

مرحله با تعیین اعضاء به اتمام می‌رسد. مرحله دوم روش دلفی به تولید ایده در زمینه مسئله پژوهش اختصاص دارد. در این مرحله، اعضاء ایده‌های خود را درباره عوامل مرتبط با مسئله پژوهش ارائه می‌کنند. پژوهشگر با تحلیل و پالایش این ایده‌ها، حذف موارد تکراری و کاربرد واژگان یکسان، لیست نهایی عوامل مرتبط با مسئله پژوهش را استخراج می‌کند. در این مرحله ممکن است پژوهشگر، خود عواملی را از پیش تعیین و آنها را برای نظرخواهی در اختیار اعضاء قرار دهد. در مرحله دوم می‌توان از هر دو روش هم استفاده نمود. به این معنا که علاوه بر دریافت ایده‌های اعضاء پانل، نظر آنها را نیز درباره عواملی که از پیش تعیین شده‌اند، درخواست کرد.

فرایند تولید ایده‌های جدید از مرحله اول روش دلفی آغاز می‌شود. در این مرحله از اعضاء خواسته می‌شود که نظر مستقل خود را در پاسخ به پرسش‌های باز، که به همین منظور در اختیار آنان قرار گرفته است، ارائه کنند. هر چند از لحاظ نظری نباید محدودیتی برای تعداد ایده‌ها قائل شد تا امکان دستیابی به مهم‌ترین ایده‌ها با موضوع‌ها پیشینه شود، اما در عمل تعداد زیاد ایده‌ها ممکن است دشواری‌هایی ایجاد کند. از اینرو برخی از پژوهشگران حداقل شش ایده جدید را کافی می‌دانند. علاوه بر این در مرحله اول باید دقت کافی برای تدوین پرسشنامه صرف شود تا از صحت نگارش و جمله بندی، و قابلیت درک پرسش‌ها اطمینان حاصل گردد.

تحلیل داده‌های پرسشنامه‌ها در بر دارنده تحلیل و مدیریت دقیق داده‌های کمی و کیفی است. داده‌های حاصل از مرحله اول دلفی اغلب کیفی هستند و می‌توان آنها را با فنونی مانند تحلیل محتوا، تحلیل کرد. داده‌های این مرحله با گروه بندی اقلام مشابه در کنار هم تحلیل می‌شوند. در این مرحله واژه‌های گوناگونی که برای یک مقوله واحد به کار رفته‌اند، از سوی پژوهشگر برای ارائه یک توصیف واحد، در یک گروه قرار می‌گیرند. چنین توصیف‌ها و گروه بندی‌ها باید به گونه‌ای صورت پذیرد که از جمع بندی و دریافت صحیح داده‌ها اطمینان حاصل شود.

در مرحله سوم، اعضاء میزان اهميت عوامل را تعيين کرده، يا تعدادی از مهمترين آنها را انتخاب می کنند. بر این اساس، تعداد عوامل به ميزانی کاهش می یابد که کار با آنها قابل انجام باشد. در حقيقت، این مرحله برای کاهش عوامل به تعداد قابل قبول برای ادامه کار انجام می شود.

مرحله چهارم به بازنگری در میزان اهميت عوامل بر اساس نتايج مرحله سوم با تعيين ترتيب اهميت عوامل اختصاص دارد. در این مرحله، هریک از اعضا در جريان نظر گروه و نظر پيشين خود قرار می گیرند و در میزان با ترتيب اهميت عوامل تجديد نظر می کنند. تجديد نظر اعضا تا آنجا ادامه می یابد که میان آنان اتفاق نظر حاصل شود، يا تعداد شرکت کنندگان به کمتر از حد لازم برسد.

۳-۴-۲- مرحله کمی

در بعد کمی تحقيق، پس از این که الگو با استفاده از روش تحقيق کیفی تدوین شد، بر اساس استخراج مؤلفه های مدل طراحی شده و توزیع پرسشنامه کمی با طیف لیکرت بین ۱۹۶ مدیران و کارشناسان شهرداری، اعضاء شوراهای اسلامی شهر و مدیران و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی از بین ۳۰۰ نفر با استفاده از روش جدول مورگان و تجزیه و تحلیل آنها با استفاده از فرآیند معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار ۱۱ Expert choice روابط بین ابعاد و مؤلفه های شهرداری کار آفرین، طراحی الگوی شهرداری کار آفرین با تاکید بر صنعت گردشگری، ایجاد درآمد پایدار در شهرداری ها عملکرد شهرداری و توسعه صنعت گردشگری و ضرایب همبستگی فیما بین آنها مورد بررسی قرار می گیرد و در نهایت الگوی شهرداری کار آفرین با تاکید بر صنعت گردشگری انجام خواهد شد.

۳-۵- روش و ابزار جمع آوری اطلاعات

پژوهشگر باید با ابزارهایی داده‌های لازم را از جامعه آماری جمع‌آوری نماید و با تحلیل، پردازش و تبدیل آن‌ها به اطلاعات، به آزمون سوالات بپردازد. برای جمع‌آوری داده‌ها به ابزارهای گوناگونی نیاز هست.

در این پژوهش نیز از روش کتابخانه‌ای و روش‌های میدانی برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است. از روش‌های کتابخانه‌ای شامل مطالعه کتاب‌ها، مقالات، مجلات، طرح‌های پژوهشی و بانک‌های اطلاعاتی اینترنتی استفاده شده است. روش‌های میدانی شامل، گردآوری اطلاعات توسط پرسشنامه و مصاحبه آزاد از خبرگان می‌باشد. نتیجه مصاحبه با خبرگان و مولفه‌های شناسایی شده اقتصادی، اجتماعی، محیطی، رفتاری و ترویجی به ترتیب در جداول ۳-۱، ۳-۲، ۳-۳، ۳-۴، ۳-۵ آمده است.

جدول (۳-۱) مولفه‌های شناسایی شده بعد اقتصادی

ابعاد	مولفه‌ها
اقتصادی	اقتصاد هوشمند شهری
	رابطه افزایش درآمد سرانه و گردشگری
	ابزار و مکانیزم‌های پولی و مالی
	بهره‌گیری از ظرفیت گردشگری برای
	تحقق جایگاه اقتصادی
	تجاری سازی ایده‌ها بازارهای شهری
	جلب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
	توزیع کافی اعتبارات در منطقه
فراهم بودن سرمایه و بنیه مالی	

جدول (۲-۳) مولفه های شناسایی شده بعد اجتماعی

ابعاد	مولفه ها
اجتماعی	به کارگیری خلاقیت شخصی
	حمایت از نوآوری کارکنان
	تأمل با نهادها
	طرز تفکر مناسب کارمندان
	تشکیل سازمان های پشتیبان
	فرهنگ شهروندی
	پشتکار و ایستادگی

جدول (۳-۳) مولفه های شناسایی شده بعد محیطی

ابعاد	مولفه ها
محیطی	اعطای اختیار و آزادی عمل به کارکنان
	وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده
	تفکر کار گروهی در سازمان
	گسترش امکانات زندگی در منطقه
	میزان تجربه فردی کارکنان
	دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی
	پویایی گروهی در سازمان دولتی و خصوصی
	توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه
	موقعیت مناسب ارتباطی منطقه
شرایط اقلیمی مناسب منطقه	

جدول (۳-۴) مولفه های شناسایی شده بعد رفتاری

ابعاد	مولفه ها
رفتاری	سبک رهبری
	داشتن سلامت روحی و روانی کارکنان
	وجود فضای خلاق در سازمان
	فرصت شناسی
	داشتن توانایی تصمیم گیری
	نظام تشویقی مناسب در سازمان
	مسئولیت پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملایمات

جدول (۳-۵) مولفه های شناسایی شده بعد ترویجی

ابعاد	مولفه ها
ترویجی	برگزاری دوره های آموزشی مهارتی
	آموزش مردم در زمینه مسائل زیست محیطی
	وجود انجمن های کارآفرینی سازمانی در منطقه
	آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی
	داشتن دانش مربوط به کارآفرینی

۳-۶- پرسشنامه تحقیق

در این تحقیق جمع آوری اطلاعات جهت انجام تحقیق از دو نوع پرسشنامه (۱). پرسشنامه فازی با دو طیف ده گانه خوش بینانه و بد بینانه و ۲. پرسشنامه ۵ گزینه ای لیکرت جهت مدل و به کارگیری معادلات ساختاری) در مراحل مختلف تحقیق استفاده شده که در ذیل این پرسشنامه ها به همراه گویه ها و طیف سنجش ارائه می شود:

جدول (۳-۶) مدل پرسشنامه طراحی شده فازی

مشخص کردن مقدار خوش بینانه (Optimistic value)										مشخص کردن مقدار بدبینانه (Pessimistic value)									
۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱

۳-۷-۱- روایی پرسشنامه

مقصود از روایی آن است که وسیله اندازه‌گیری بتواند خصیصه و ویژگی موردنظر را اندازه‌گیری بگیرد. اهمیت روایی از آن جهت است که اندازه‌گیری‌های نامناسب و ناکافی می‌تواند هر پژوهش علمی را بی ارزش و ناروا سازد (خاکی، ۱۳۸۸: ۲۸۸) در این تحقیق جهت بررسی روایی پرسشنامه‌ها از دو روش روایی محتوایی و روایی سازه استفاده شده است. در روایی محتوایی از نظرات اساتید و خبرگان سازمان شهرداری و میراث فرهنگی استفاده شد و پس از جرح و تعدیل پرسشنامه نهایی تهیه گردید. همچنین از روش تحلیل عاملی نیز جهت بررسی روایی استفاده گردید که با توجه به عدد به دست آمده روایی پرسشنامه تأیید می‌گردد.

۳-۸-۲- پایایی پرسشنامه

منظور از پایایی یک پرسشنامه این است که اگر خصیصه مورد سنجش را با همان پرسشنامه در شرایط مشابه دوباره اندازه‌گیری کنیم نتایج حاصل تا چه حد مشابه، دقیق و قابل اعتماد است. پایایی یک وسیله آن است که دارای ویژگی تکرارپذیری و بازپدیدآوری باشد یعنی بتوان آن را در موارد

1- Validity

2- Reliability

متعدد بکاربرد و نتایج یکسان گرفت. در روش ضریب آلفای کرونباخ اجزا یا قسمت‌های آزمون همان سؤالات آزمون هستند و از این روش در موارد دارای گزینه‌های چند ارزشی مانند طیف ۵ ارزشی لیکرت استفاده می‌شود، ضریب آلفای کرونباخ بین صفر تا یک نوسان دارد که بر اساس آن، هر چه مقدار این ضریب به عدد ۱ نزدیک‌تر باشد نشان دهنده همسازی بیشتر گویه‌های یک مقیاس می‌باشد (مقیمی، ۱۳۸۳). بر اساس یک قاعده سرانگشتی مقدار آلفا را در پنج دسته زیر تقسیم می‌کنند که می‌تواند مرجع خوبی برای محققین باشد

۰/۹ ≤ عالی

۰/۸ ≤ خوب

۰/۶ ≤ قابل قبول

۰/۵ ≤ ضعیف

۰/۴ ≤ غیر قابل قبول

به‌عنوان قاعده کلی حد نصاب و مقدار لازم آلفا برای یک شاخص را ۰/۷ در نظر می‌گیرند و چنانچه مقدار ضریب آلفا بزرگتر و یا مساوری ۰/۷ باشد ابزار اندازه‌گیری از پایایی بالایی برخوردار بوده و در این صورت بهتر می‌توان به آن اعتماد کرد.

جهت پایایی پرسشنامه تعداد ۳۰ پرسشنامه بین مدیران ارشد شهرداری و سازمان میراث

فرهنگی و اساتید دانشگاهی انجام شد.

۹-۳- جامعه و نمونه آماری تحقیق

یک جامعه آماری عبارت است از مجموعه‌ای از افراد یا واحدها که دارای حداقل یک صفت مشترک باشند. صفت مشترک، صفتی است که بین همه عناصر جامعه آماری مشترک و متمایز کننده جامعه آماری از سایر جوامع باشد (دلاور، ۱۳۸۴). در این پژوهش به دلیل آمیخته بودن روش تحقیق از جهت شناسایی مؤلفه‌ها و غربال‌گری توسط روش دلفی از خبرگان سازمان شهرداری، مدیران ارشد، اعضای شورای شهر و مدیران و کارشناسان میراث فرهنگی که دارای تخصص و تجارب مفید و پژوهش‌های مرتبط و فعال در حوزه نوآوری در سازمان و توسعه صنعت گردشگری بوده‌اند، تعداد ۳۰ نفر به روش نمونه‌گیری گلوله برفی مورد بررسی و نظرخواهی قرار گرفته‌اند و همچنین جهت مدل طراحی شده جامعه آماری پژوهش شامل، تمامی شهرداران، مدیران و کارشناسان شهرداری‌ها، اعضای شوراهای اسلامی شهر و مدیران و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان گلستان می‌باشد که حجم این جامعه به تعداد ۳۰ نفر بوده است که برای تعیین تعداد نمونه بر اساس فرمول کرجسی مورگان تعداد ۱۹۶ نفر به صورت تصادفی ساده در سطح اطمینان ۹۵ درصد انتخاب شدند که ۱۹۶ پرسشنامه به مدیران ارشد و کارشناسان شهرداری و مدیران و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری جهت گردآوری اطلاعات استفاده شده است.

۱۰-۳- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این تحقیق ابتدا با استفاده از نظر خبرگان ابعاد و مؤلفه‌ها با استفاده از آزمون دلفی فازی مشخص شدند. سپس متغیرهای تحقیق تحت عنوان مدل مفهومی با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری مورد بررسی قرار گرفتند و در نهایت الگوی شهرداری کارآفرین سنجش وارثه گردید.

در این تجزیه و تحلیل پژوهشگر داده های جمع آوری شده را با استفاده از آمار توصیفی خلاصه و طبقه بندی می کند به عبارت دیگر در تجزیه و تحلیل توصیفی پژوهشگر ابتدا داده های جمع آوری شده را با تهیه و تنظیم جداول و توزیع فراوانی خلاصه می کند و سپس به کمک نمودار آنها را نمایش می دهد و سرانجام با استفاده از سایر شاخص های آمار توصیفی آنها را خلاصه می کند (دلاور، ۱۳۸۴: ۲۱۹).

در تجزیه و تحلیل مقایسه علاوه بر اینکه اطلاعات جمع آوری شده به صورت توصیفی مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد با یکدیگر مقایسه می شود (دلآوری، ۱۳۸۴: ۲۱۹) در این تحقیق با بهره گیری از آمار توصیفی برای مقایسه ویژگی های دموگرافیک از درصد فراوانی، نمودار ستونی، استفاده شد در رابطه با آمار استنباطی نیز منظور تحلیل و تفسیر سوالات پژوهش برای انجام کار از نرم افزار spss و نرم افزار ۱۱ Expert choice و داده های گردآوری شده با استفاده معادلات ساختاری فرآیند تحلیل سلسه مراتبی (AHP) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند.

فرایند تحلیل سلسله مراتبی AHP

فرایند تحلیل سلسله مراتبی^۱ AHP توسط فرد عراقی الاصل به نام ساعتی در دهه ۱۹۷۰ پیشنهاد شد. یکی از کارآمدترین روش های تصمیم گیری است که براساس مقایسات زوجی بنا نهاده شده و امکان بررسی سناریوهای مختلف مدیران می دهد. این روش مانند آنچه در مغز انسان انجام

^۱ -Analytical Hierarchy Process

می شود به تجزیه و تحلیل مسائلی می پردازد و در واقع برای تبدیل و ارزیابی ذهنی اهمیت نسبی به مجموعه ای از وزن‌هاست. این روش بر اساس توانایی ذاتی انسان در برآوردهای ذهنی مسائل فرد بنا شده است. این تکنیک تصمیم گیری را از طریق سازماندهی، احساسات ادراک و قضاوت‌های تسهیل می نماید و نیروهای تصمیم گذار و تصمیم را شناسایی می کند. فرایند تحلیل سلسله مراتبی تصمیم گیرندگان را قادر می سازد اثرات متقابل و همزمان بسیاری از وضعیت های پیچیده و نامعین را تعیین کند. این فرآیند تصمیم گیرندگان را یاری می کند تا اولویت‌ها را که بر اساس اهداف دانش و تجربه خود تنظیم نمایند. به طور که احساسات و قضاوت های خود را به طور کامل در نظر بگیرند برای حل مسائل تصمیم گیری از طریق AHP باید مسئله را به دقت و با همه جزئیات تعیین و تبیین کرد و جزئیات آن را به صورت ساختار سلسله مراتبی ترسیم نمود. AHP ابزاری است که می تواند برای سنجش شاخص های فیزیکی یا اجتماعی به کار رود هنگامی که اندازه های فیزیکی یا غددی برای این شاخص در دسترس نیستند. در این گونه موارد از AHP برای تبدیل ارزیابی های ذهنی به ارزش های نسبی استفاده می شود.

۳-۱۱-۱- قلمرو مکانی و زمانی

قلمرو مکانی این تحقیق شامل مجموعه جامعه شهرداران، مدیران و کارشناسان شهرداری ها و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و همچنین اعضای شورای اسلامی شهرگران می باشد.

قلمرو زمانی

قلمرو زمانی تحقیق نیز در سال ۹۶-۹۷ می باشد.

۳-۱۲- متغیرهای تحقیق

متغیر به ویژگی یا صفت یا عاملی اطلاق می‌شود که بین افراد جامعه مشترک بوده، می‌تواند مقادیر کمی با ارزش‌های متفاوتی داشته باشد.

متغیرهای پیش‌بین (مستقل): علت را برعهده دارند و بر متغیرهای دیگر تاثیر می‌گذارند.

متغیرهای ملاک (وابسته): تابع تغییرات متغیر پیش‌بین هستند یا در واقع معلول آنها به

حساب می‌آیند. (حافظ نیا، ۱۳۸۶)

در این تحقیق الگوی شهرداری کارآفرین متغیرهای پیش‌بین و صنعت گردشگری به عنوان

متغیر ملاک می‌باشد.

می شود به تجزیه

مجموعه

فصل چهارم:

تجزیه و تحلیل داده ها

در این فصل ابتدا به توصیف مشخصه های جمعیت شناسی خبرگان و سپس به تجزیه و تحلیل داده های تحقیق پرداخته می شود و ابعاد و مولفه های شناسایی شده با استفاده از نظر خبرگان و به کمک روش دلفی فازی غربال و ابعاد و مولفه ها انتخاب گردید. بخش اول این فصل با استفاده از روش فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) با بهره گیری از نرم افزار ۱۱ Expert choice به اولویت بندی و رتبه بندی ابعاد و مولفه ها پرداخته می شود. در بخش دوم تحقیق برای سنجش ماتریس مقایسه زوجی هریک از ابعاد و مولفه های و روابط آنها با شهرداری کارآفرین و توسعه صنعت گردشگری از معادلات ساختاری استفاده شده است.

نتایج نظر سنجی تیم خبرگان و کارشناسان از طریق پرسشنامه با رویکرد دلفی فازی شناسایی شد. نتایج اولویت بندی راهکارهای عملیاتی جامعه کارکنان جهت شهرداری کارآفرین با رویکرد توسعه گردشگری در شهر گرگان نشان داد سه راهکار "داشتن دانش مربوط به کارآفرینی" و "برگزاری دوره های آموزشی مهارتی" و "بوجود آوردن انجمن های کارآفرینی سازمانی در منطقه" به ترتیب با ۲۶، ۲۳، ۱۹ بار تکرار، مهمترین راهکارهای کارکنان شهرداری جهت شهرداری کارآفرین می باشد.

در این پژوهش جامعه و نمونه آماری در دو بخش تیم تصمیم شامل تیم خبرگان و شهرداران و اعضای شوراهای اسلامی شهر - مدیران و کارشناسان کارآفرینی شهرداری، مدیران و کارشناسان کارآفرینی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و اساتید متخصص کار می باشند که به روش نمونه گیری هدفمند بصورت غیر تصادفی انجام شده است.

۲-۴- توصیف داده ها

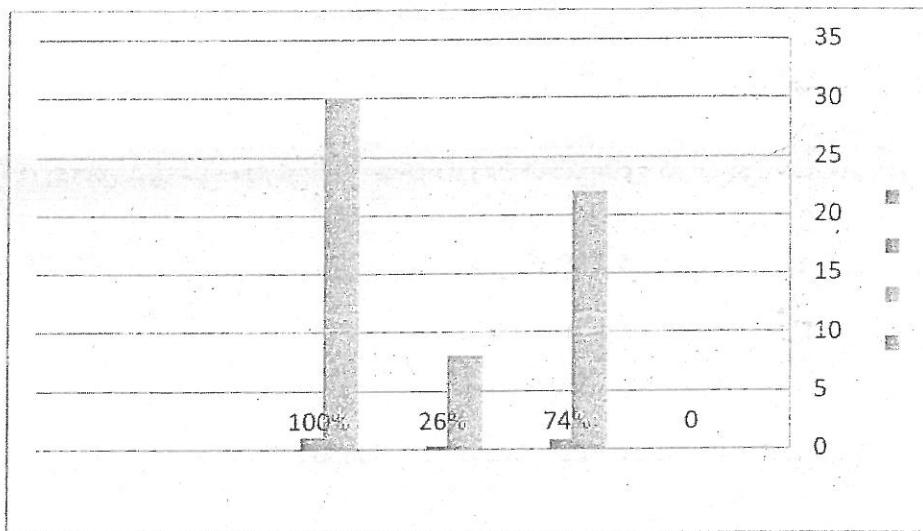
۱-۱-۲-۴- جنسیت خبرگان

همان گونه که از جدول (۱-۴) مشاهده می شود ۲۲ نفر از نمونه آماری (۷۴٪) مرد و ۸ نفر

معادل (۲۶٪) از پاسخ دهندگان نیز زن بوده اند.

جدول (۱-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۲۲	۷۴٪
زن	۸	۲۶٪
مجموع	۳۰	۱۰۰٪



نمودار (۱-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت

۲-۱-۲-۴- گروه سنی خبرگان

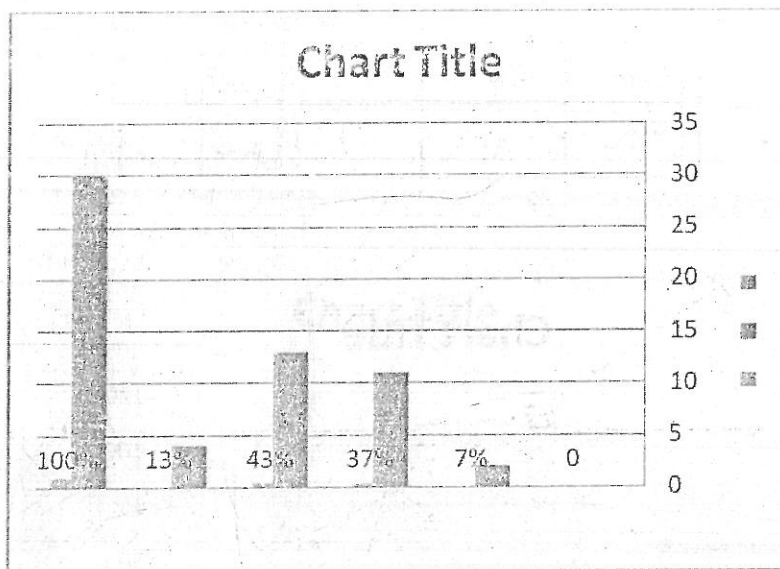
همان گونه که از جدول (۲-۴) مشاهده می شود بیشتر خیرگان دارای گروه سنی (۳۶- ۴۷)

سال (به تعداد ۱۳ نفر معادل ۴۳ درصد و سپس به (۲۶-۳۵ سال) تعداد ۱۱ نفر معادل ۳۷ درصد و

سپس (۲۷ سال به بالا) به تعداد ۴ نفر معادل ۱۳ درصد و (۲۵ سال) ۲ نفر معادل ۷ درصد بوده اند.

جدول (۲-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب گروه سنی

گروه سنی	فراوانی	درصد
۲۵ سال	۲	۷٪
۲۶-۳۵ سال	۱۱	۳۷٪
۳۶- ۴۷ سال	۱۳	۴۳٪
۴۷ سال به بالا	۴	۱۳٪
مجموع	۳۰	۱۰۰٪



نمودار (۲-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب گروه سنی

۳-۱-۲-۴- میزان تحصیلات خیرگان

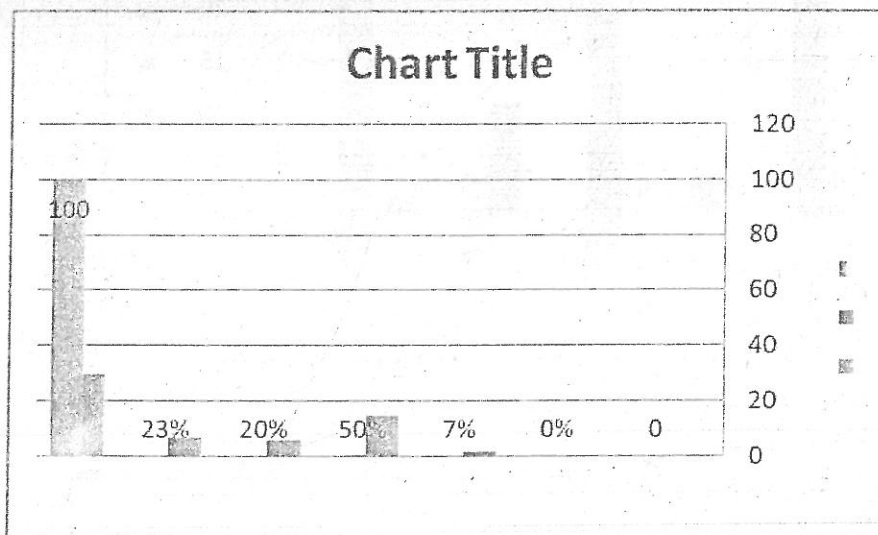
همان گونه که در جدول (۳-۴) مشاهده می شود بیشتر خیرگان دارای میزات تحصیلات

لیسانس به تعداد ۱۵ نفر معادل ۵۰ درصد و سپس فوق لیسانس به تعداد ۶ نفر معادل ۲۰ درصد و

دکتری تعداد ۷ نفر معادل ۲۳ درصد و فوق دیپلم به تعداد ۲ نفر معادل ۷٪ می باشند.

جدول (۳-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد
دیپلم	۰	٪۰
فوق دیپلم	۲	٪۷
لیسانس	۱۵	٪۵۰
فوق لیسانس	۶	٪۲۰
دکتری	۷	٪۲۳
مجموع	۳۰	۱۰۰



نمودار (۳-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات

۴-۲-۱-۴- سابقه خدمت خبرگان

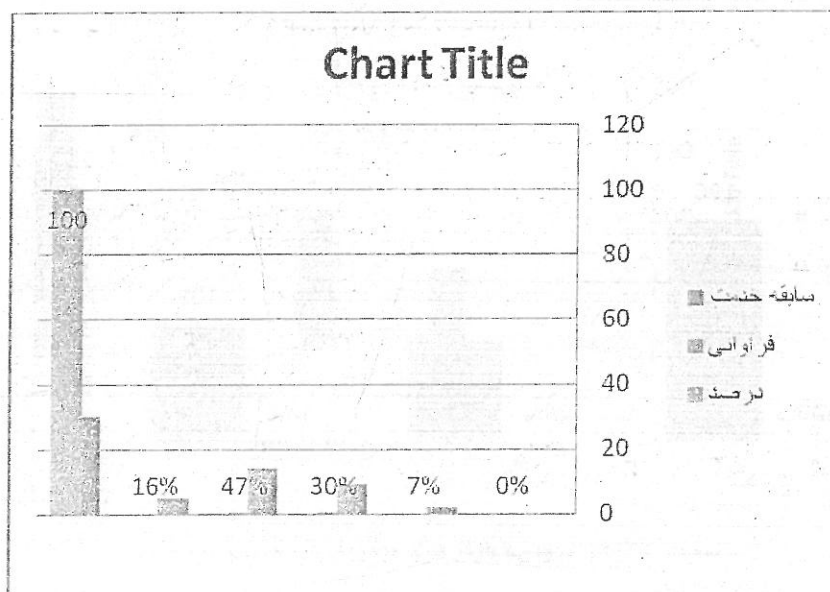
همان گونه که در جدول (۴-۴) مشاهده می شود بیشتر فراوانی سابقه کاری تیم خبرگان بین

۱۷-۲۲ سال به تعداد ۱۴ نفر معادل ۴۷ درصد و کمترین مربوط به سابقه بین ۵ تا ۱۰ سال به تعداد

۲ نفر معادل ۷ درصد می باشند.

جدول (۴-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سابقه خدمت

سابقه خدمت	فراوانی	درصد
کمتر از ۵ سال	۰	٪۰
بین ۵ - ۱۰ سال	۲	٪۷
بین ۱۱ - ۱۶ سال	۹	٪۳۰
بین ۱۷ - ۲۲ سال	۱۴	٪۴۷
بین ۲۳ - ۲۸ سال	۵	٪۱۶
مجموع	۳۰	۱۰۰



نمودار (۴-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سابقه خدمت

۴-۲-۲-آمار توصیفی مدیران و کارشناسان

جامعه آماری شامل شهرداران و اعضای شوراهای اسلامی شهر، مدیران و کارشناسان

شهرداری، مدیران و کارشناسان کارآفرینی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری می باشند.

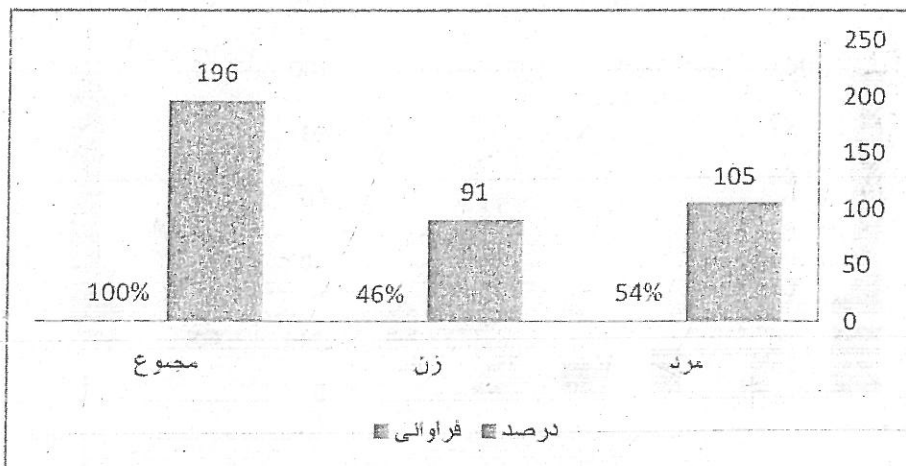
۴-۲-۱-جنسیت

همان گونه که از جدول (۴-۵) مشاهده می شود ۱۰۵ نفر از نمونه ها آماری (۵۴٪) مرد و ۹۱

نفر معادل (۴۶٪) از پاسخگویان نیز زن بوده اند.

جدول (۴-۵): توزیع فراوانی پاسخگویان بر جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۱۰۵	۵۴٪
زن	۹۱	۴۶٪
مجموع	۱۹۶	۱۰۰٪

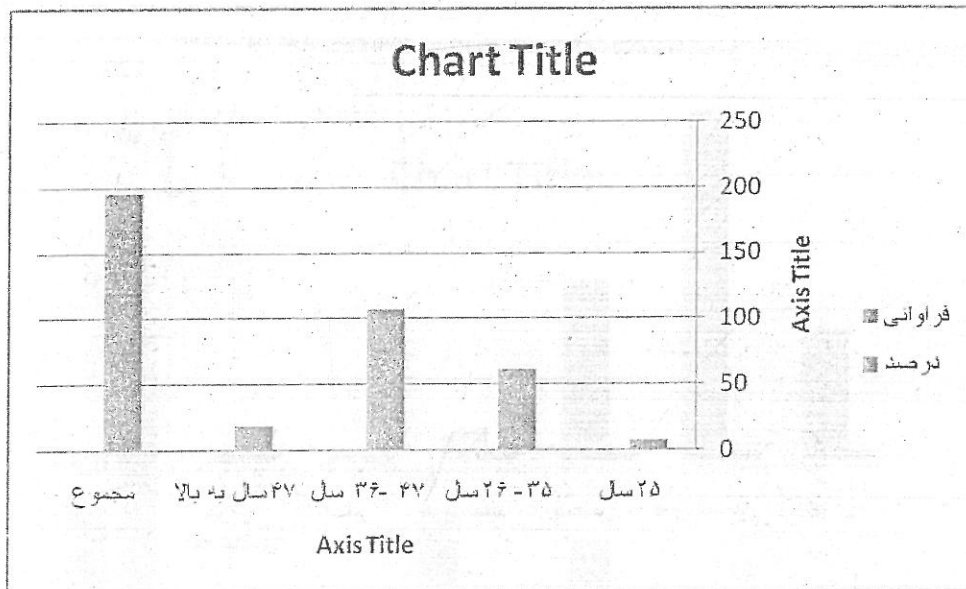


نمودار (۴-۵): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت

همان گونه که از جدول (۴-۶) مشاهده می شود بیشتر پاسخگویان دارای گروه سنی (۴۷ - ۳۶ سال) به تعداد ۱۰۷ نفر معادل ۵۵ درصد و سپس به (۳۵-۲۶ سال) تعداد ۶۲ نفر معادل ۳۱ درصد و سپس (۴۷ سال به بالا) به تعداد ۱۹ نفر معادل ۱۰ درصد و (۲۵ سال) ۸ نفر معادل ۴ درصد بوده اند.

جدول (۴-۶): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب گروه سنی

گروه سنی	فراوانی	درصد
سال ۲۵	۸	٪۴
سال ۲۶-۳۵	۶۲	٪۳۱
سال ۳۶-۴۷	۱۰۷	٪۵۵
سال ۴۷ به بالا	۱۹	٪۱۰
مجموع	۱۹۶	٪۱۰۰

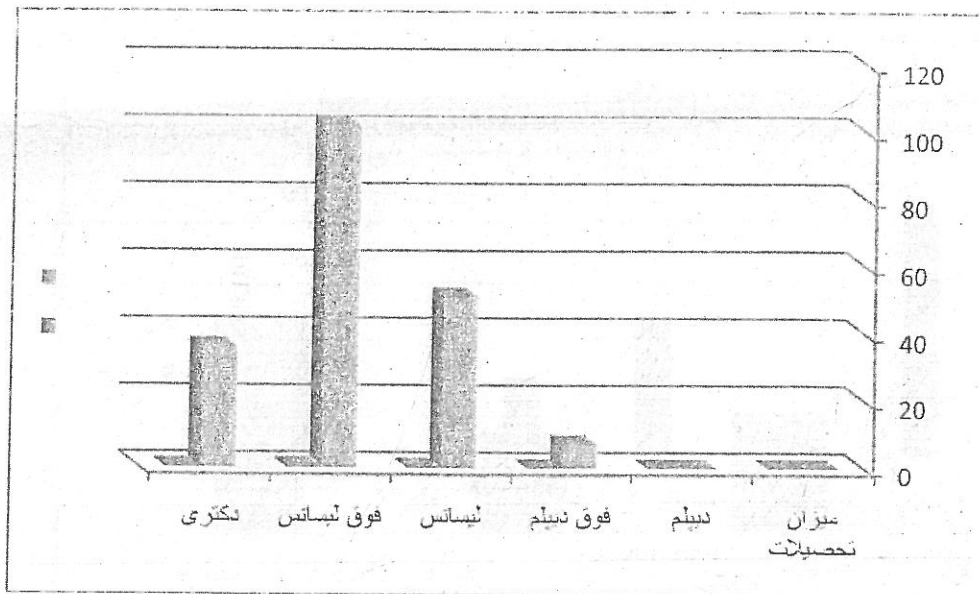


نمودار (۴-۶): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب گروه سنی

همان گونه که در جدول (۷-۴) مشاهده می شود بیشتر نمونه آماری دارای میزان تحصیلات فوق لیسانس به تعداد ۱۰۲ نفر معادل ۵۲ درصد و سپس لیسانس به تعداد ۵۱ نفر معادل ۲۶ درصد و فوق لیسانس به بالا تعداد ۳۶ نفر معادل ۱۸ درصد و فوق دیپلم به تعداد ۷ نفر معادل ۴٪ می باشند.

جدول (۷-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد
دیپلم	۰	٪۰
فوق دیپلم	۷	٪۴
لیسانس	۵۱	٪۲۶
فوق لیسانس	۱۰۲	٪۵۲
دکتری	۳۶	٪۱۸
مجموع	۱۹۶	۱۰۰



نمودار (۷-۴): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات

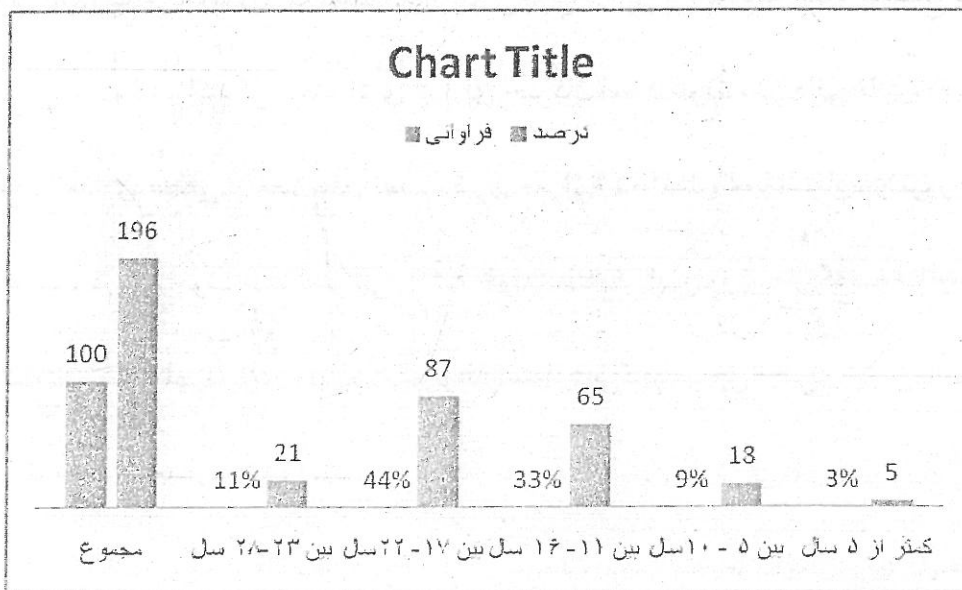
همان گونه که در جدول (۴) مشاهده می شود بیشتر فراوانی سابقه کاری پاسخگویان بین ۱۷-

۲۲ سال به تعداد ۸۷ نفر معادل ۴۴ درصد و کمترین مربوط به سابقه کمتر از ۵ سال به تعداد ۵ نفر

معادل ۳ درصد می باشند.

جدول (۴-۸): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سابقه خدمت

سابقه خدمت	فراوانی	درصد
کمتر از ۵ سال	۵	۳٪
بین ۵ - ۱۰ سال	۱۸	۹٪
بین ۱۱ - ۱۶ سال	۶۵	۳۳٪
بین ۱۷ - ۲۲ سال	۸۷	۴۴٪
بین ۲۳ - ۲۸ سال	۲۱	۱۱٪
مجموع	۱۹۶	۱۰۰



نمودار (۴-۸): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سابقه خدمت

پاسخ به سؤال اول تحقیق

ابعاد و مولفه‌های شهرداری کار آفرین با تاکید بر صنعت گردشگری چیست؟

برای این مرحله از تحقیق با توجه به بررسی پیشنهادی و اخذ نظر خبرگان مطابق جداول

(۹-۴) تا (۱۳-۴) شناسایی و جهت‌گیری مؤلفه‌های مناسب از روش دلفی فازی استفاده گردید.

انتخاب معیار با روش دلفی فازی

روش دلفی، ایجادکننده یک فرآیند ارتباط گروهی است، به شیوه‌ای که این فرآیند شامل

اجزای مستقلی است، اما می‌توان مسایل پیچیده را به حل برساند (میتزبرگ^۱، ۲۰۰۱). دلفی به دلیل

داشتن تعاملات، چندگانه بین خبرگان، از غنای بالایی نسبت به روش‌هایی نظیر پیمایش برخوردار

است. پژوهشگران دلفی، در درجه اول این روش را برای مواردی که قضاوت و اطلاعات آرا در آن

اهمیت دارد به کار می‌بندند که به طور معمول با استفاده از یک سری پرسشنامه با بازخوردهای

کنترلی صورت می‌گیرد (رو^۲ و همکاران، ۱۹۹۱). هدف از این پرسشنامه‌ها و جمع‌بندی بازخوردهای

آنان این است که پراکندگی محدودتری از آرای خبرگان ایجاد شود. روش دلفی فازی در این جا برای

انتخاب تعدادی منطقی از معیارهای تصمیم‌گیری معرفی شده است که با استفاده از مرور منابع جامع

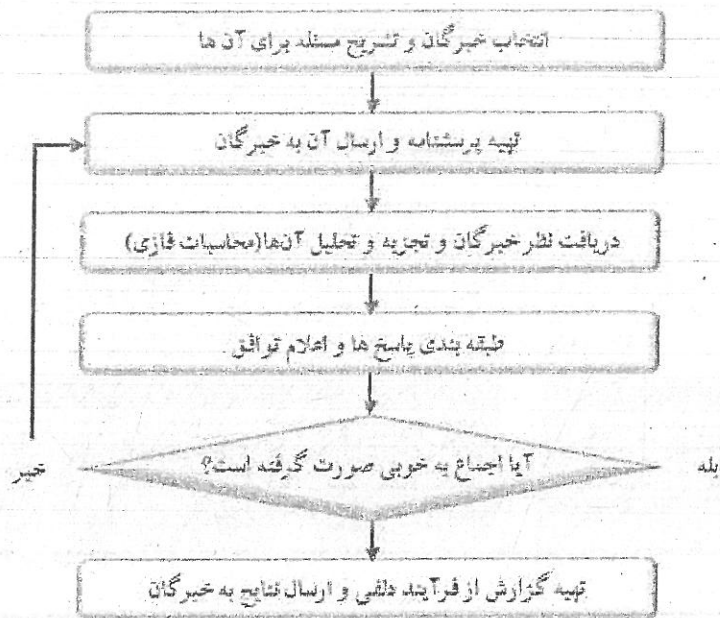
انجام شده در چارچوب سلسله‌مراتبی، ارائه خواهند شد. این روش، از گزینه‌ها و دیدگاه‌های

کارشناسان برای مفهوم‌سازی معیارهای مربوطه استفاده می‌کند. مراحل اجرای روش دلفی فازی به

صورت زیر مفهوم‌سازی شده است.

¹ - Mintzberg

² - Rowe



شکل (۴-۱) الگوریتم اجرای روش دلفی فازی

۱- انتخاب خبرگان و تشریح مسئله برای آن‌ها

۲- تهیه پرسشنامه بر اساس مقیاس ۱۰ درجه‌ای مقدار بدبینانه و خوش بینانه (نمره‌گذاری از ۱

تا ۱۰) و ارسال آن به خبرگان

۳- دریافت نظر خبرگان و تجزیه و تحلیل آن‌ها (محاسبات فازی) در مورد میزان درجه اهمیت

زیر معیارها و شاخص‌های متغیرهای تحقیق

۴- طبقه‌بندی پاسخ‌ها و اعلام توافقات

۵- آیا اجماع به خوبی صورت گرفته است؟

۶- تهیه گزارش از فرآیند دلفی فازی و انتخاب مناسب‌ترین معیار با توجه به مقدار حد

آستانه (میانگین مقدار معنی‌داری) و ارسال نتایج به خبرگان

جدول ذیل از میزان نمرات کسب شده بین ۱ تا ۱۰ برای بدبینانه و خوش بینانه که با توجه به

نظر ۳۰ نفر از خبرگان در مورد میزان درجه اهمیت مولفه‌های شهرداری کارآفرینی بدست آمده است.

جدول (۴-۹) مولفه های بعد اقتصادی شهرداری کارآفرین بر اساس روش دلفی فازی

مقدار	میانگین هندسی		مقدار خوش بینانه		مقدار بدبینانه		مولفه های بعد اقتصادی
	U_{772}^E	I_{772}^i	بیشترین	کمترین	بیشترین	کمترین	
۹/۳۰	۸/۹۷	۴/۸۰	۱۰	۸	۸	۳	اقتصاد هوشمند شهری
۸/۲۹	۹/۰۷	۴/۵۰	۱۰	۸	۷	۲	ابزار و مکانیزم های پولی و مالی
۲/۸۹	۶/۴۲	۴/۳۷	۷	۴	۵	۴	بهره گیری از ظرفیت گردشگری برای تحقق جایگاه اقتصادی
۱۰/۸۳	۷/۹۶	۵/۵۹	۹	۷	۸	۳	تجاری سازی ایده ها بازارهای شهری
۵/۰۱	۶/۴۲	۴/۳۱	۷	۴	۶	۳	جلب سرمایه گذاری بخش خصوصی
۸/۲۱	۹/۱۷	۵/۲۹	۱۰	۸	۷	۳	توزیع کافی اعتبارات در منطقه
۱۰/۷۷	۸/۰۶	۵/۶۵	۹	۷	۸	۳	فراهم بودن سرمایه و بنیه مالی
۵/۶۷	۶/۴۲	۴/۰۶	۷	۴	۶	۲	رابطه افزایش درآمد سرانه و گردشگری

* حد آستانه = ۷/۳۹

با توجه به اینکه مقدار حد آستانه که از میانگین ستون مقدار معنی داری (۷/۳۹) بدست آمده

است. بنابراین از میان ۹ مولفه موجود، مولفه های: بهره گیری از ظرفیت گردشگری برای تحقق

جایگاه اقتصادی، جلب سرمایه گذاری بخش خصوصی، رابطه افزایش درآمد سرانه و گردشگری در

مقایسه با سایر مولفه ها مقدار معناداری آن ها کمتر از حد آستانه (۷/۳۹) می باشد حذف خواهند شد.

جدول (۴-۱۰) مولفه های بعد اجتماعی شهرداری کارآفرین بر اساس روش دلفی فازی

مقدار معنی داری	میانگین هندسی		مقدار خوش بینانه		مقدار بدبینانه		مولفه ها بعد اجتماعی
	U_{72}^i	I_{72}^i	بیشترین	کمترین	بیشترین	کمترین	
۱۰/۷۷	۹/۴۶	۵/۴۵	۱۰	۸	۸	۲	به کارگیری خلاقیت شخصی
۱۰/۷۵	۸/۰۶	۵/۶۵	۹	۷	۸	۳	طرز تفکر مناسب کارمندان
۸/۳۱	۸/۷۷	۵/۲۹	۱۰	۸	۷	۳	تامل با نهادهای دیگر
۸/۲۸	۸/۵۸	۵/۲۱	۱۰	۸	۷	۳	پشتکار و ایستادگی
۱۰/۲۰	۸/۶۸	۵/۴۹	۱۰	۸	۸	۳	فرهنگ شهروندی
۲/۵۰	۶/۵۰	۴/۱۸	۷	۴	۵	۴	حمایت از نوآوری کارکنان
۲/۸۹	۶/۴۲	۴/۳۷	۷	۴	۵	۴	تشکیل سازمان های پشتیبان

*حد آستانه = ۷/۶۸

با توجه به اینکه مقدار حد آستانه که از میانگین ستون مقدار معنی داری (۷/۶۸) بدست آمده

است. بنابراین از میان ۷ مولفه موجود، حمایت از نوآوری کارکنان، تشکیل سازمان های پشتیبان در

مقایسه با سایر ابعاد مقدار معناداری آنها کمتر از حد آستانه (۷/۶۸) می باشد حذف خواهند شد.

جدول (۴-۱۱) مولفه های بعد محیطی شهرداری کارآفرین بر اساس روش دلفی فازی

مقدار معنی داری	میانگین هندسی		مقدار خوش بینانه		مقدار بدبینانه		مولفه های بعد محیطی
	$U_{\text{دلی}}^i$	$I_{\text{دلی}}^i$	بیشترین	کمترین	بیشترین	کمترین	
۱۰/۷۳	۷/۶۹	۴/۵۹	۱۰	۸	۸	۳	وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده
۹/۳۰	۸/۹۷	۴/۸۰	۹	۸	۷	۲	پویایی گروهی در سازمان دولتی و خصوصی
۲/۹۳	۶/۴۲	۴/۶۸	۷	۴	۵	۴	میزان تجربه فردی
۸/۲۹	۹/۰۷	۴/۵۰	۱۰	۸	۷	۲	موقعیت مناسب ارتباطی منطقه
۲/۸۹	۶/۴۲	۴/۳۷	۷	۴	۵	۴	اعطای اختیار و آزادی عمل به کارکنان
۱۰/۷۳	۷/۹۶	۵/۵۹	۹	۷	۸	۳	گسترش امکانات زندگی در منطقه
۵/۰۱	۶/۴۲	۴/۳۱	۷	۴	۶	۳	شرایط اقلیمی مناسب منطقه
۸/۲۱	۹/۱۷	۵/۲۹	۱۰	۸	۷	۳	دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی
۱۰/۷۷	۸/۰۶	۵/۶۵	۹	۷	۸	۳	توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه
۵/۶۷	۶/۴۲	۴/۰۶	۷	۴	۶	۲	تفکر کار گروهی در سازمان

*حد آستانه = ۷/۵۹

با توجه به اینکه مقدار حد آستانه که از میانگین ستون مقدار معنی داری (۷/۵۹) بدست آمده

است. بنابراین از میان ۱۰ مولفه موجود، میزان تجربه فردی، اعطای اختیار و آزادی عمل به

کارکنان، شرایط اقلیمی مناسب منطقه، تفکر کار گروهی در سازمان در مقایسه با سایر مولفه ها مقدار

معناداری آن ها کمتر از حد آستانه (۷/۵۹) می باشد حذف خواهند شد.

جدول (۴-۱۲) مولفه های بعد رفتاری شهرداری کارآفرین بر اساس روش دلفی فازی

مقدار معنی داری	میانگین هندسی		مقدار خوش بینانه		مقدار بدبینانه		مولفه های بعد رفتاری
	U_{mn}^i	I_{mn}^i	بیشترین	کمترین	بیشترین	کمترین	
۹/۶۱	۸/۹۷	۵/۰۹	۱۰	۸	۸	۳	داشتن سلامت روحی و روانی کارکنان
۵/۰۱	۶/۴۲	۴/۳۱	۷	۴	۶	۳	نظام تشویقی مناسب در سازمان
۱۰/۴۲	۷/۹۶	۴/۷۷	۹	۷	۸	۳	داشتن سلامت روحی و روانی کارکنان
۱۰/۵۵	۷/۹۶	۵/۴۹	۹	۷	۸	۳	مسئولیت پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملازمات
۲/۹۳	۶/۴۲	۴/۱۸	۷	۴	۵	۴	وجود فضای خلاق در سازمان
۸/۷۹	۷/۹۶	۴/۹۸	۹	۷	۸	۳	داشتن توانایی تصمیم گیری
۸/۵۸	۹/۰۷	۴/۷۹	۱۰	۸	۷	۲	فرصت شناسی

* حد آستانه = ۸/۴۵

با توجه به اینکه مقدار حد آستانه که از میانگین ستون مقدار معنی داری (۸/۴۵) بدست آمده

است. بنابراین از میان ۷ مولفه موجود، نظام تشویقی مناسب در سازمان، وجود فضای خلاق، در

سازمان در مقایسه با سایر مولفه ها مقدار معناداری آن ها کمتر از حد آستانه (۸/۴۵) می باشد حذف

خواهند شد.

جدول (۴-۱۳) مولفه های بعد ترویجی شهرداری کارآفرین بر اساس روش دلفی فازی

مقدار معنی داری	میانگین هندسی		مقدار خوش بینانه		مقدار بدبینانه		مولفه های بعد ترویجی
	U_{m}^i	I_{m}^i	بیشترین	کمترین	بیشترین	کمترین	
۹/۳۴	۹/۵۸	۵/۶۸	۱۰	۷	۸	۴	داشتن دانش مربوط به کارآفرینی
۱۰/۵۰	۸/۱۶	۵/۵۲	۹	۷	۸	۳	برگزاری دوره های آموزشی مهارتی
۹/۳۴	۹/۱۷	۴/۸۹	۱۰	۸	۸	۳	وجود انجمن های کارآفرینی سازمانی در منطقه
۵/۰۱	۶/۴۲	۴/۳۱	۷	۴	۶	۳	آموزش مردم در زمینه مسائل زیست محیطی
۹/۱۴	۹/۵۸	۵/۶۸	۱۰	۸	۸	۴	آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی

*حد آستانه = ۸/۵۰

با توجه به اینکه مقدار حد آستانه که از میانگین ستون مقدار معنی داری (۸/۵۰) بدست آمده

است. بنابراین از میان ۵ مولفه موجود، آموزش مردم در زمینه مسائل زیست محیطی در مقایسه با سایر

ابعاد مقدار معناداری آنها کمتر از حد آستانه (۸/۵۰) می باشد حذف خواهند شد.

رویه انجام این تحقیق بر اساس مفهوم **AHP**، بر سه گام اساسی استوار بوده است.

گام اول: اولویت بندی عوامل موثر بر شهرداری کارآفرینی با رویکرد توسعه گردشگری

بر اساس مدل **AHP** (تدوین درخت سلسله مراتبی **AHP**) مساله تحقیق:

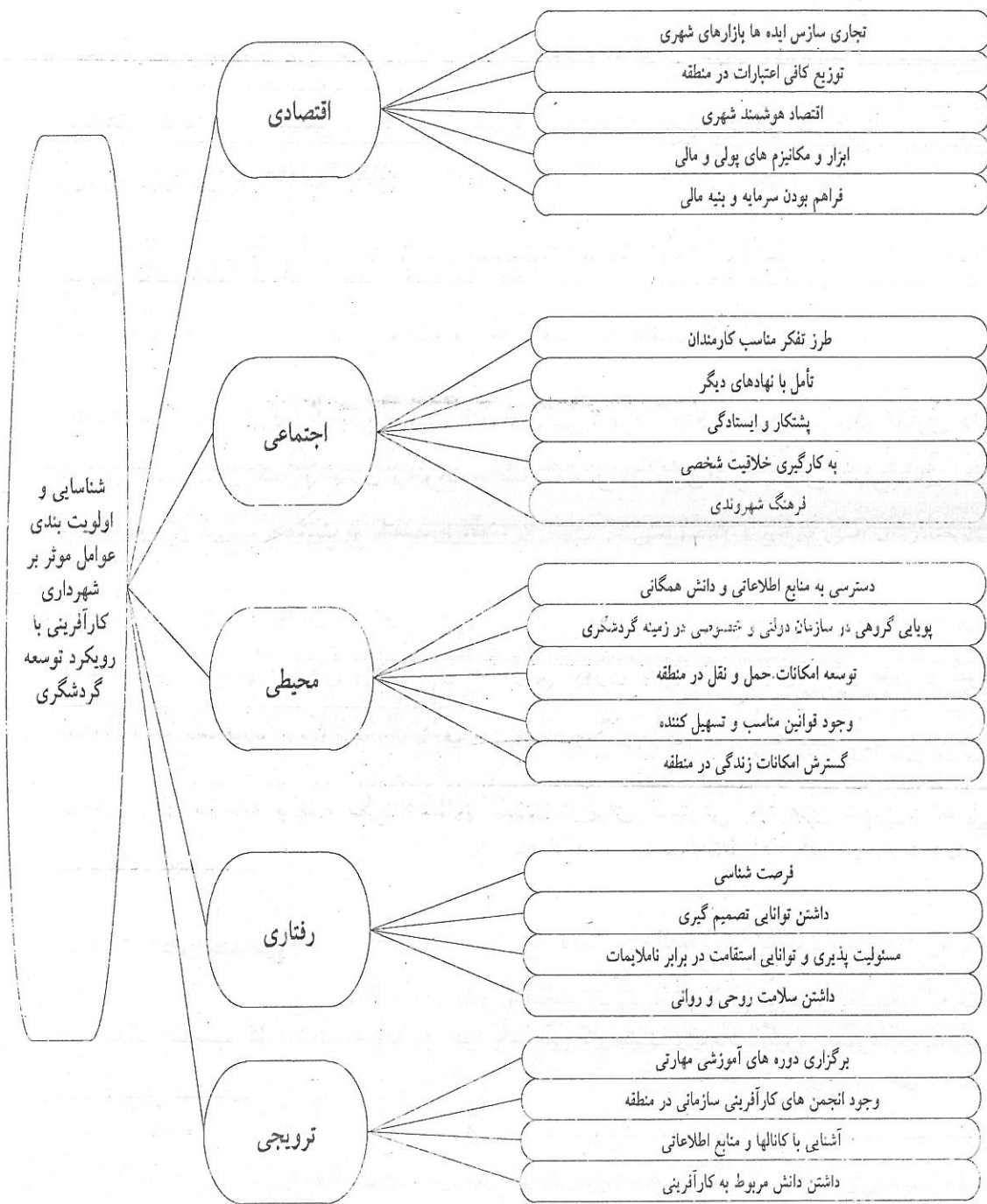
نخست ابتدا با توجه به مرور متون و تحقیقات پیشین صورت گرفته و استفاده از نظرات

کارشناسان (خبرگان) به منظور اولویت بندی عوامل موثر بر شهرداری کارآفرینی با رویکرد توسعه

گردشگری درخت تصمیم سلسله مراتبی بایستی طراحی گردد که حاصل این مرحله ۲۳ عامل موثر

در قالب ۵ عامل اصلی دسته بندی شده است که این درخت سلسله مراتبی در نمودار (۴-۹) زیر تهیه

گردید.



نمودار 4-9) نمودار درخت سلسله مراتبی AHP اولویت بندی عوامل موثر بر شهرداری کارآفرینی با رویکرد توسعه گردشگری

۴-۴- تعاریف مفهومی مولفه‌های نهایی تحقیق

۴-۴-۱- بعد اقتصادی:

تجاری‌سازی ایده‌ها بازار شهری: برگزاری مسابقات کارآفرینی بهره‌بردارانی از ایده‌های برتر، توسعه برندهای تجاری و صنعتی و ... درون شهری، شناساندن دستاوردهای کارآفرینان به شهروندان و سازمان‌های شهری.

توزیع کافی اعتبارات در منطقه: اختصاص دادن بودجه به صنعت گردشگری در منطقه، ارائه وام‌های کم بهره به مجریان سازنده سطح منطقه و ایجاد فضا برای جذب گردشگری شهری.

اقتصاد هوشمند شهری: افزایش رقابت اقتصادی بین شهرها، هدفمندکردن سرمایه‌گذاری‌های درون شهری، حمایت از صنایع خلاق و توسعه حمایت مالی از سوی شرکت‌های دانش‌بنیان، پشتیبانی از واحدهای کارآفرین، حمایت از کسب و کار.

ابزار و مکانیزم‌های پولی و مالی: ایجاد بستری در راستای کاهش پس‌اندازهای موجود در بانک‌ها و کاهش نرخ بهره بانکی پرداخته و حکمرانی شهری نیز با تاسیس نهادهای مالی و تقویت آنها توسط شهرداری و ارائه وام خود اشتغالی و سایر تسهیلات مالی به کارآفرینان سطح شهر پردازد.

فراهم بودن سرمایه و بنیه مالی: اعطای تسهیلات برای گسترش بازارهای شهری، تعدیل قیمت کاربرهای تجاری.

۴-۴-۲- بعد اجتماعی

طرز تفکر مناسب کارمندان: علاقه به خود اشتغالی کارمندان و ایجاد انگیزه شهرداری کارآفرینی در بین اعضای سازمان.

تامل با نهادهای دیگر: همفکری و مشورت سازمان شهرداری با سازمان‌های موثر در توسعه صنعت گردشگری و جذب توریست.

پشتکاری و ایستادگی: علاقه به محیط کار و پشتکاری در زمینه کار آفرینی و توسعه صنعت گردشگری.

به کارگیری خلاقیت شخصی: ایده و پیشنهادهای سازنده در راستای در راستای شهرداری کارآفرین و توسعه صنعت گردشگری، خلق خدمات جدید در سازمان.

فرهنگ شهروندی: آشنا کردن مردم محلی با فرهنگ گردشگری و درک افراد نسبت به منابع محیطی و حفظ آن.

۴-۳-۴- بعد محیطی

دسترسی به منابع و دانش همگانی: دسترسی به منابع و اطلاعات در زمینه توسعه کارآفرینی در بین اعضای سازمان شهرداری و شهروندان به اطلاع رسانی از طریق رسانه ها و توزیع بروشور در سطح منطقه.

پویایی گروهی در سازمان‌های دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری: ایجاد انگیزه در بین اعضای سازمان‌های دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری و کارآفرینی.

توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه: گسترش زیرساخت‌ها و در دسترس بودن منابع حمل و نقل در منطقه در جهت جذب گردشگران.

وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده: ایجاد استراتژی و قوانین در جهت نوآوری بین اعضای سازمان و دستیابی آسان به اطلاعات در زمینه کارآفرینی.

گسترش امکانات زندگی در منطقه: توسعه امکانات رفاهی مانند رستوران، بیمارستان و هتل ها، پارک ها و فضاهای تفریحی گردشگری در منطقه و جذب گردشگر.

۴-۴-۴- بعد رفتاری

فرصت شناسی: بالابردن ایجاد روحیه موقعیت شناسی و حمایت اعضای سازمان در جهت افزایش تشویق اعضا در زمینه کارآفرینی.

داشتن توانایی تصمیم گیری: بالا بردن ادراک اعضای سازمان در جهت تصمیم گیری در زمینه کارآفرینی و امور اداری

مسئولیت‌پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملایمات: ایجاد حس مسئولیت در اعضای سازمان و بالا بردن توانایی در برابر مقابله با مشکلات سازمان.

داشتن سلامت روحی و روانی: برخوردار بودن اعضای سازمان از سلامت کامل روحی و روانی باعث پیشبرد اهداف سازمان در زمینه کارآفرینی و توسعه گردشگری

۴-۴-۵- بعد ترویجی

برگزاری دوره های آموزشی و مهارتی: برگزاری کارگاه‌ها و دوره های آموزشی کوتاه مدت در زمینه کارآفرینی بین اعضای سازمان های دولتی و خصوصی.

وجود انجمن‌های کارآفرینی سازمانی در منطقه: ایجاد تشکلات و گروه های کارآفرینی در سازمان های دولتی و خصوصی در جهت افزایش درک اعضای سازمان در راستای کارآفرینی.

آشنایی با کانال‌ها و منابع اطلاعاتی: آگاه سازی اعضای سازمان به دسترسی منابع مانند مجله و مقالات در حوزه کارآفرینی و ایجاد انگیزه بین اعضای سازمان.

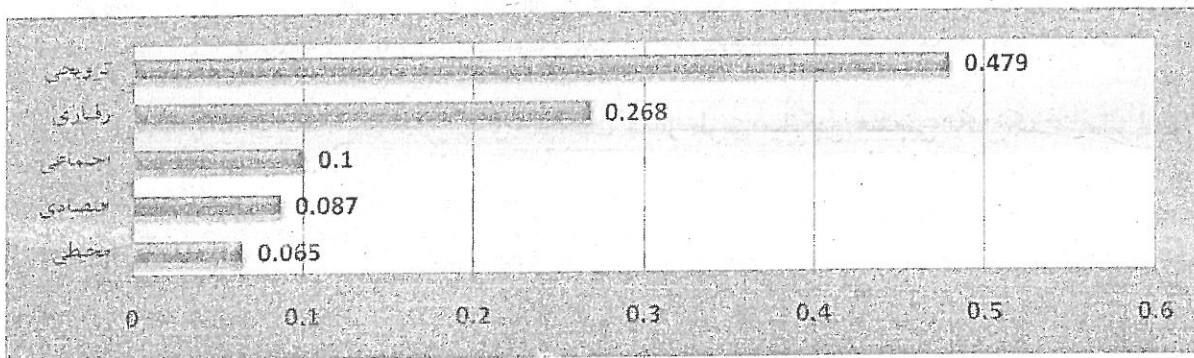
داشتن دانش مربوط به کار آفرینی: دانش مربوط به کارآفرینی با کسب آموزش و مهارت در مراکز مربوطه و برگزاری سمینارهای در زمینه کارآفرینی.

۴-۵- ماتریس تلفیق مقایسات زوجی گروهی

جدول (۴-۱۴) ماتریس تلفیق شده (هندسی) مقایسات زوجی گروهی سطح یک

رتبه	وزن	ترویجی	رفتاری	محیطی	اجتماعی	اقتصادی	عوامل اصلی
۴	۰/۰۸۷	۰/۱۶۱	۰/۳۱۷	۱/۱۸۴	۱/۲۱۲	۱	اقتصادی
۳	۰/۱۰۰	۰/۱۴۵	۰/۴۳۷	۲/۳۷۱	۱	۰/۸۲۵	اجتماعی
۵	۰/۰۶۵	۰/۱۶۹	۰/۲۷۲	۱	۰/۴۲۲	۰/۸۴۴	محیطی
۲	۰/۲۶۸	۰/۷۵۱	۱	۳/۶۸۰	۲/۲۹۰	۳/۱۵۹	رفتاری
۱	۰/۴۷۹	۱	۱/۳۳۲	۵/۹۰۸	۶/۸۸۱	۶/۲۱۳	ترویجی

$IR=0.02 < 0.1$



نمودار (۴-۱۰) نمودار وزنی عوامل اصلی

نتایج تحلیل جدول ۴-۱۴ محاسبه شده اوزان عوامل اصلی نشان می‌دهد که عامل ترویجی با وزن نسبی ۰/۴۷۹ در رتبه اول و پس از آن عامل رفتاری با وزن نسبی ۰/۲۶۸ در رتبه دوم و عامل اجتماعی با وزن نسبی ۰/۱۰۰ در رتبه سوم و عامل اقتصادی با وزن نسبی ۰/۰۸۷ در رتبه چهارم و عامل محیطی با وزن نسبی ۰/۰۶۵ در رتبه پنجم اهمیت قرار دارد. در نهایت نرخ ناسازگاری ماتریس مورد نظر برابر $(IR=0.02)$ است و چون این مقدار کمتر از ۰/۱ است $(IR \leq 0.1)$ بنابراین در مقایسات زوجی ماتریس مورد نظر، سازگاری وجود دارد.

در گام دوم، برای محاسبه اهمیت (وزن) نسبی هر یک از عوامل اصلی پرسشنامه‌ای مطابق با فرمت پرسشنامه AHP (مقایسه دو به دو) برای کسب نظرات کارشناسان تهیه و توزیع شد. این پرسشنامه شامل یک ماتریس برای مقایسه زوجی عوامل می‌باشد. بنابراین به تعداد مقایسه وجود دارد. با توجه به اینکه سطح یک دارای ۵ عامل بودند تعداد مقایسات و یا سئوالات برابر با:

$$\frac{n(n-1)}{2} = \frac{5(5-1)}{2} = 10$$

پس از تکمیل پرسشنامه‌ها نرخ ناسازگاری هر یک از آنها بصورت جداگانه مورد بررسی قرار گرفت. سرانجام ۱۹۶ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و با استفاده از نرم افزار Team Expert Choice نظرات افراد با یکدیگر تلفیق گردید. این نرم افزار دارای امکانات گسترده‌ای جهت اخذ ماتریس‌های مقایسات زوجی افراد و سپس تلفیق ماتریس‌های افراد گوناگون و تبدیل به یک ماتریس واحد است که از طریق میانگین هندسی تک تک عناصر ماتریس-های افراد بدست می‌آید.

تشریح کامل نحوه محاسبات صورت گرفته جدول بالا توسط نرم افزار (Expert Choice)

برای مثال میانگین هندسی درایه a_{12} جدول فوق به صورت زیر محاسبه می‌شود.

$$a_{12} = (3 \times \dots \times 6) = 1.212 \quad 1-4$$

و با توجه به اصل معکوس پذیری در روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP) عناصر زیر قطر ماتریس

معکوس عناصر بالای قطر می‌باشند. برای مثال درایه a_{21} به صورت زیر بدست می‌آید.

$$a_{21} = \frac{1}{1.212} = 0.825 \quad 2-4$$

بقیه عناصر جدول نیز به این صورت بدست می‌آید که نتایج حاصل به شرح جدول ۴-۱ می‌باشد.

نحوه محاسبه اوزان سطح یک بصورت زیر تشریح می‌گردد. بدین ترتیب پس از محاسبه

میانگین هندسی نظرات کارشناسان ابتدا ماتریس تصمیم‌گیری مسئله را با استفاده از رابطه زیر نرمالیزه

می‌نماییم.

$$r_{ij} = \frac{\overline{a_{ij}}}{\sum_{i=1}^n \overline{a_{ij}}} \quad 3-4$$

بعنوان مثال برای به دست آوردن درایه r_{11} و ماتریس نرمالیزه شده به صورت زیر عمل می‌کنیم.

ابتدا کلیه درایه‌های ستون اول از ماتریس تلفیق شده (هندسی) را با هم جمع می‌کنیم:

$$\sum_{i=1}^5 \overline{a_{i1}} = 1 + 0.825 + 0.844 + 3.159 + 6.213 = 12.041 \quad 4-4$$

سپس درایه $\overline{a_{11}}$ از ماتریس تلفیق شده (هندسی) را بر جمع کل ستون اول ($\sum_{i=1}^n \overline{a_{ij}}$) تقسیم می-

کنیم.

5-4

$$\overline{a_{11}} = \frac{1}{12.041} = 0.083$$

بقیه عناصر ماتریس نرمالیزه شده طبق فرمول بالا محاسبه می‌شود که

نتایج آن در جدول 4-15 آمده است.

جدول (4-15) ماتریس نرمالیزه شده مقایسات زوجی

رتبه	اوزن	جمع سطری	ترویجی	رفتاری	محیطی	اجتماعی	اقتصادی
4	0.087	0.436	0.072	0.094	0.084	0.103	0.083
3	0.100	0.516	0.065	0.130	0.168	0.085	0.069
5	0.065	0.333	0.076	0.081	0.071	0.036	0.070
2	0.268	1.352	0.337	0.298	0.260	0.194	0.262
1	0.479	2.363	0.449	0.397	0.418	0.583	0.516

پس از نرمالیزه نمودن ماتریس تصمیم‌گیری گروهی حالا نوبت به محاسبه وزن‌دهی مؤلفه‌های سطح یک می‌رسد. که در این مرحله با استفاده از روش میانگین سطری که رابطه آن بصورت زیر می‌باشد وزن هریک از آنها را محاسبه می‌نمایم.

$$W_j = \frac{\sum_{i=1}^n W_{ij}}{n}, j = 1, 2, \dots, n, \quad \sum_{i=1}^n W_i = 1 \quad 6-4$$

بعنوان مثال برای محاسبه وزن A ابتدا کلیه عناصر سطر اول از ماتریس نرمالیزه شده را با هم جمع می‌کنیم و سپس تقسیم بر تعداد کلیه عامل‌های اصلی مورد نظر که ۵ تا می‌باشد می‌کنیم. بنابراین داریم:

بدین ترتیب بقیه اوزان بطریق بالا محاسبه گردیده که نتایج آن در جدول ۴-۱۴ آمده است.

$$\sum_{i=1}^n W_{ij} = \frac{0.083 + 0.103 + 0.084 + 0.094 + 0.072}{5} = 0.087 \quad 7-4$$

نحوه محاسبه نرخ سازگاری ماتریس تصمیم‌گیری گروهی (جدول ۴-۱۴):

برای اینکه بتوان به رتبه (اولویت) عوامل موثر بر شهرداری کارآفرینی با رویکرد توسعه گردشگری اعتماد کرد بایستی نرخ ناسازگاری (I.R) ماتریس مقایسات زوجی را محاسبه کرد. بدین ترتیب مراحل محاسبه نرخ ناسازگاری بصورت زیر می‌باشد:

$$WSV = D \times W \quad \text{گام اول) محاسبه بردار مجموع وزنی (WSV):}$$

ابتدا ماتریس مقایسه زوجی D (جدول ۴-۲) را در بردار وزن‌های نسبی (W) ضرب می‌کنیم:

$$WSV \quad 8-4$$

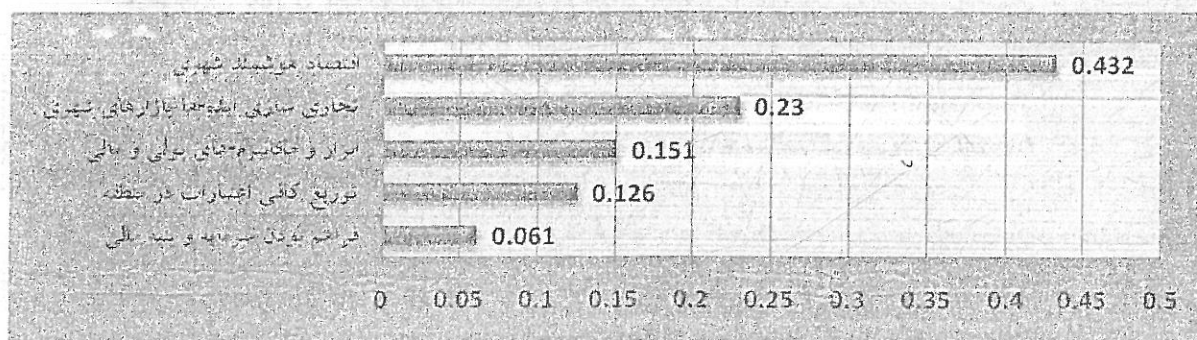
$$= 1.0001.9670.5130.9121.5300.8011.5301.3231.3240.9960.5081.0000.9650.8891.3130.4080.8021.0320.8010.9971.9491.0361.0000.9661.1171.9571.6251.0221.97$$

سومین قدم محاسبه وزن عوامل فرعی موثر در هر زیرگروه می باشد که نتایج بشرح جداول زیر می باشد:

جدول (۴-۱۷) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی اقتصادی

رتبه	وزن	فراهم بودن سرمایه و بنيه مالی	ابزار و مکانیزم های پولی و مالی	اقتصاد هوشمند شهری	توزیع کافی اعتبارات در منطقه	تجاری سازی ایده ها بازارهای شهری	(A)
۲	۰/۲۳۰	۴/۵۹۴	۲/۶۶۷	۰/۴۰۷	۱/۲۴۵	۱	تجاری سازی ایده ها بازارهای شهری
۴	۰/۱۲۶	۱/۲۳۳	۱/۰۵۹	۰/۳۱۶	۱	۰/۱۸۰۳	توزیع کافی اعتبارات در منطقه
۱	۰/۴۳۲	۴/۶۱۷	۴/۳۸۴	۱	۳/۱۵۹	۲/۴۵۹	اقتصاد هوشمند شهری
۳	۰/۱۵۱	۵/۸۷۵	۱	۰/۲۲۸	۰/۹۴۴	۰/۳۷۴	ابزار و مکانیزم های پولی و مالی
۵	۰/۰۶۱	۲	۰/۱۷۰	۰/۲۱۶	۰/۸۱۱	۰/۲۱۷	فراهم بودن سرمایه و بنيه مالی

IR=۰/۰۹<۰/۱



نمودار (۴-۱۱) نمودار وزنی عوامل فرعی اقتصادی

نتایج تحلیل جدول ۴-۱۷ محاسبه شده اوزان عوامل فرعی اقتصادی نشان می دهد که عامل

اقتصاد هوشمند شهری با وزن نسبی ۰/۴۳۲ در رتبه اول و پس از آن عامل تجاری سازی ایده ها

بازارهای شهری با وزن نسبی ۰/۲۳۰ در رتبه دوم و عامل ابزار و مکانیزم های پولی و مالی با وزن

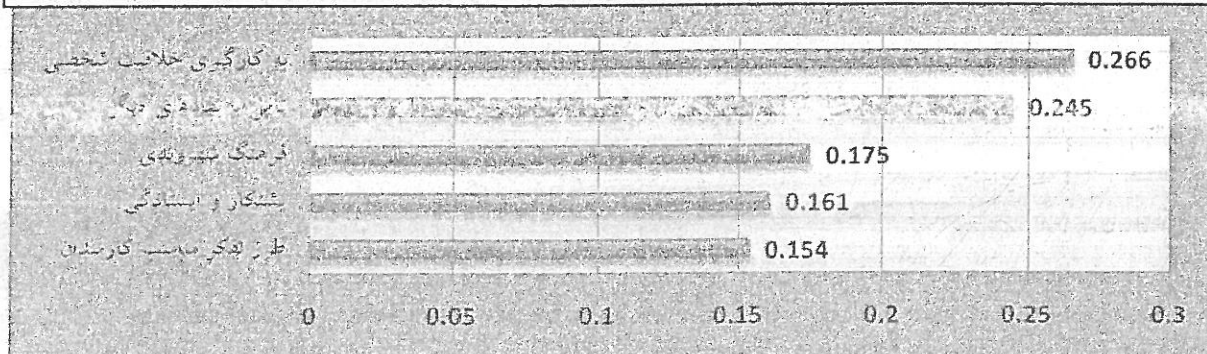
نسبی ۰/۱۵۱ در رتبه سوم و عامل توزیع کافی اعتبارات در منطقه با وزن نسبی ۰/۱۲۶ در رتبه چهارم

و عامل فراهم بودن سرمایه و بنیه مالی با وزن نسبی ۰/۰۶۱ در رتبه پنجم اهمیت قرار دارد. در نهایت نرخ ناسازگاری ماتریس مورد نظر برابر (IR=۰/۰۹) است و چون این مقدار کمتر از ۰/۱ است ($IR \leq 0.1$) بنابراین در مقایسات زوجی ماتریس مورد نظر، سازگاری وجود دارد.

جدول (۴-۱۸) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی اجتماعی

رتبه	وزن	فرهنگ شهروندی	به کارگیری خلاقیت شخصی	پشتکار و ایستادگی	تأمل به نهادها	طرز تفکر مناسب کارمندان	(B)
۵	۰/۱۵۴	۰/۳۷۲	۰/۷۸۴	۱/۳۷۹	۰/۷۵۰	۱	طرز تفکر مناسب کارمندان
۲	۰/۲۴۵	۱/۵۵۱	۰/۸۲۲	۲/۳۷۲	۱	۱/۳۳۲	تأمل با نهادها دیگر
۴	۰/۱۶۱	۱/۶۵۷	۰/۷۵۸	۱	۰/۴۲۱	۰/۷۲۵	پشتکار و ایستادگی
۱	۰/۲۶۶	۲/۶۳۹	۱	۱/۳۱۹	۱/۲۱۶	۱/۲۷۵	به کارگیری خلاقیت شخصی
۳	۰/۱۷۵	۱	۰/۳۷۸	۰/۶۰۳	۰/۶۴۴	۲/۶۸۶	فرهنگ شهروندی

IR=۰/۰۹ < ۰/۱



نمودار (۴-۱۲) نمودار وزنی عوامل فرعی اجتماعی

نتایج تحلیل جدول ۴-۱۸ محاسبه شده اوزان عوامل فرعی اجتماعی نشان می دهد که عامل به کارگیری خلاقیت شخصی با وزن نسبی ۰/۲۶۶ در رتبه اول و پس از آن عامل علاقه به خود اشتغالی با وزن نسبی ۰/۲۴۵ در رتبه دوم و عامل اعتماد به نفس و خوداتکایی با وزن نسبی ۰/۱۷۵ در رتبه سوم و عامل پشتکار و ایستادگی با وزن نسبی ۰/۱۶۱ در رتبه چهارم و عامل طرز تفکر مناسب کارمندان با وزن نسبی ۰/۱۵۴ در رتبه پنجم اهمیت قرار دارد. در نهایت نرخ ناسازگاری ماتریس مورد

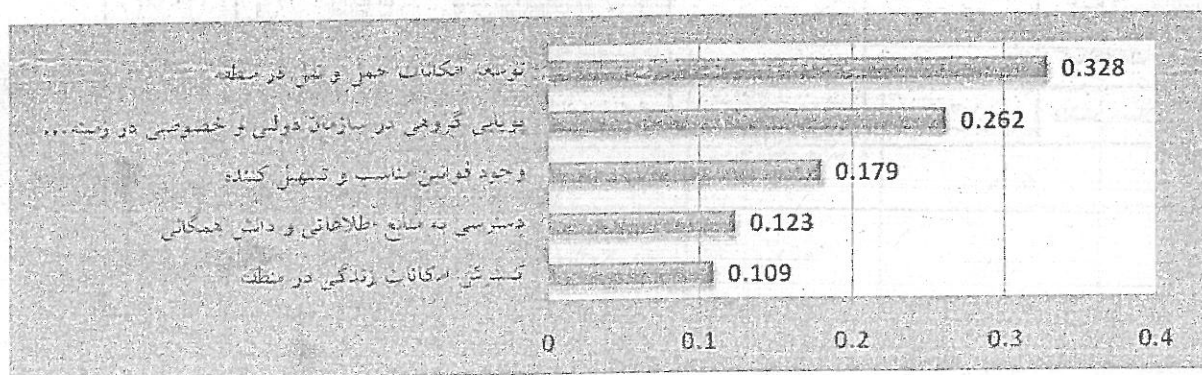
نظر برابری (IR=0.109) است و چون این مقدار کمتر از 0.1 است (IR ≤ 0.1) بنابراین در مقایسات

زوجی ماتریس مورد نظر، سازگاری وجود دارد.

جدول (۴-۱۹) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی محیطی

رتبه	وزن	گسترش امکانات زندگی در منطقه	وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده	توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه	پویایی گروهی در سازمان دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری	دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی	(C)
۴	۰/۱۲۳	۱/۱۷۶	۱/۰۳۱	۰/۳۳۸	۰/۳۶۸	۱	دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی
۲	۰/۲۶۲	۳/۲۰۰	۱/۵۲۸	۰/۴۶۷	۱	۲/۷۱۳	پویایی گروهی در سازمان دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری
۱	۰/۳۲۸	۱/۶۴۳	۱/۵۸۴	۱	۲/۱۴۱	۲/۹۵۴	توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه
۳	۰/۱۷۹	۲/۳۷۱	۱	۰/۶۳۱	۰/۶۵۴	۰/۹۶۹	وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده
۵	۰/۱۰۹	۱	۰/۴۲۱	۰/۶۰۸	۰/۳۱۲	۰/۱۸۵۰	گسترش امکانات زندگی در منطقه

IR=0.105 < 0.1



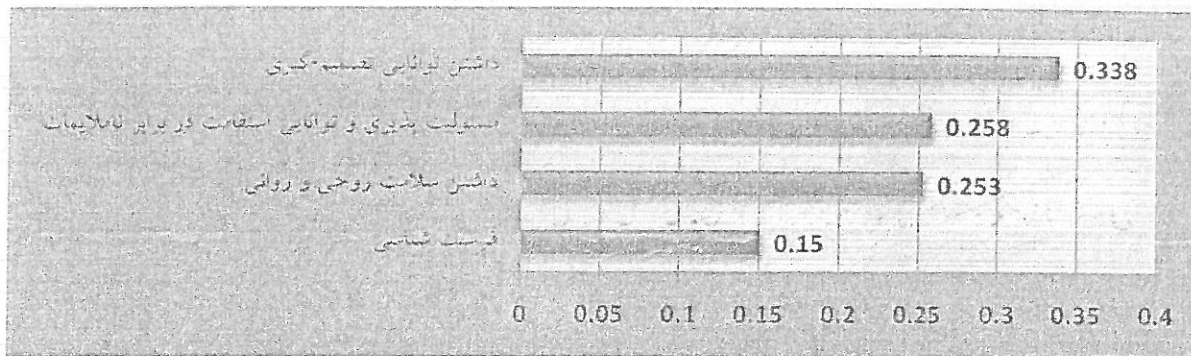
نمودار (۴-۱۳) نمودار وزنی عوامل فرعی محیطی

نتایج تحلیل جدول ۴-۱۹ محاسبه شده اوزان عوامل فرعی محیطی نشان می‌دهد که عامل توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه با وزن نسبی ۰/۳۲۸ در رتبه اول و پس از آن عامل میزان تجربه فردی با وزن نسبی ۰/۲۶۲ در رتبه دوم و عامل وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده با وزن نسبی ۰/۱۷۹ در رتبه سوم و عامل دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی با وزن نسبی ۰/۱۲۳ در رتبه چهارم و عامل گسترش امکانات زندگی در منطقه با وزن نسبی ۰/۱۰۹ در رتبه پنجم اهمیت قرار دارد. در نهایت نرخ ناسازگاری ماتریس مورد نظر برابر (IR=۰/۰۵) است و چون این مقدار کمتر از ۰/۱ است ($IR \leq 0.1$) بنابراین در مقایسات زوجی ماتریس مورد نظر، سازگاری در قضاوت پاسخگویان وجود دارد.

جدول (۴-۲) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی رفتاری

رتبه	وزن	داشتن سلامت روحی و روانی	مسئولیت پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملايمات	داشتن توانایی تصمیم‌گیری	فرصت شناسی	(D)
۴	۰/۱۵۰	۰/۶۲۵	۰/۶۲۲	۰/۳۹۴	۱	فرصت شناسی
۱	۰/۳۳۸	۱/۳۶۸	۱/۱۲۴	۱	۲/۵۳۶	داشتن توانایی تصمیم‌گیری
۲	۰/۲۵۸	۰/۹۳۵	۱	۰/۸۸۹	۱/۶۰۶	مسئولیت پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملايمات
۳	۰/۲۵۳	۱	۱/۰۶۹	۰/۷۳۰	۱/۶۰۰	داشتن سلامت روحی و روانی

IR=۰/۰۰<۰/۱



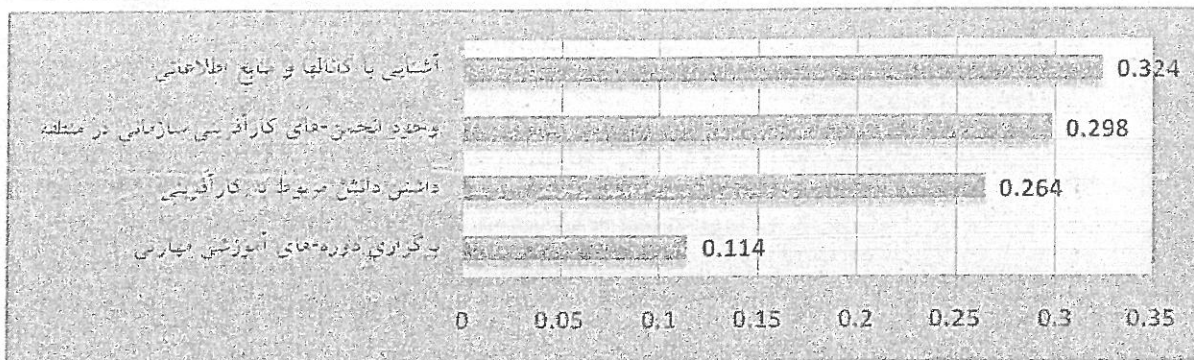
نمودار (۴-۱۴) نمودار وزنی عوامل فرعی رفتاری

نتایج تحلیل جدول ۴-۲ محاسبه شده اوزان عوامل فرعی رفتاری نشان می دهد که عامل داشتن توانایی تصمیم گیری با وزن نسبی ۰/۳۳۸ در رتبه اول و پس از آن عامل مسئولیت پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملایمات با وزن نسبی ۰/۲۵۸ در رتبه دوم و عامل داشتن سلامت روحی و روانی با وزن نسبی ۰/۲۵۳ در رتبه سوم و عامل فرصت شناسی با وزن نسبی ۰/۱۵۰ در رتبه چهارم اهمیت قرار دارد. در نهایت نرخ ناسازگاری ماتریس مورد نظر برابر (IR=۰/۰۰) است و چون این مقدار کمتر از ۰/۱ است ($IR \leq 0.1$) بنابراین در مقایسات زوجی ماتریس مورد نظر، سازگاری در قضاوت پاسخگویان وجود دارد.

جدول (۴-۲۱) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی ترویجی

رتبه	وزن	داشتن دانش مربوط به کارآفرینی	آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی	وجود انجمن های کارآفرینی سازمانی در منطقه	برگزاری دوره های آموزشی مهارتی	(E)
۴	۰/۱۱۴	۰/۶۵۵	۰/۴۰۶	۰/۲۰۶	۱	برگزاری دوره های آموزشی مهارتی
۲	۰/۲۹۸	۰/۸۱۴	۰/۶۰۸	۱	۴/۸۳۶	وجود انجمن های کارآفرینی سازمانی در منطقه
۱	۰/۳۲۴	۱/۰۴۵	۱	۱/۶۴۳	۲/۴۵۹	آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی
۳	۰/۲۶۴	۱	۰/۹۵۶	۱/۲۲۸	۱/۵۲۶	داشتن دانش مربوط به کارآفرینی

IR=۰/۰۸ < ۰/۱



نمودار (۴-۱۵) نمودار وزنی عوامل فرعی ترویجی

نتایج تحلیل جدول ۴-۲۱ محاسبه شده اوزان عوامل فرعی ترویجی نشان می‌دهد که عامل

آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی با وزن نسبی ۰/۳۲۴ در رتبه اول و پس از آن عامل وجود انجمن-

های کارآفرینی سازمانی در منطقه با وزن نسبی ۰/۲۹۸ در رتبه دوم و عامل داشتن دانش مربوط به

کارآفرینی با وزن نسبی ۰/۲۶۴ در رتبه سوم و عامل برگزاری دوره‌های آموزشی مهارتی با وزن نسبی

۰/۱۱۴ در رتبه چهارم اهمیت قرار دارد. در نهایت نرخ ناسازگاری ماتریس مورد نظر برابر (IR=۰/۰۸)

است و چون این مقدار کمتر از ۰.۱ است ($IR \leq 0.1$) بنابراین در مقایسات زوجی ماتریس مورد نظر،

سازگاری در قضاوت پاسخگویان وجود دارد.

گام چهارم: وزن نهایی عناصر:

وزن نهایی عناصر هر گروه برابر است با حاصلضرب وزن محلی عناصر در وزن سر گروه

خود (عوامل اصلی) و نهایت رتبه هر یک از عوامل موثر بر شهرداری کارآفرینی با رویکرد توسعه

گردشگری مشخص می‌گردد که نتایج این گام در جدول ۴-۲۲ آمده است.

جدول (۴-۲۲) اولویت‌بندی عوامل موثر بر شهرداری کارآفرینی با رویکرد توسعه گردشگری براساس روش تحلیل

سلسله مراتبی AHP

رتبه (اولویت)	وزن نهایی	وزن محلی عوامل فرعی	عوامل فرعی	وزن عوامل اصلی	عوامل اصلی
۱۳	۰/۰۲۰	۰/۲۳۰	تجاری سازی آینده بازارهای شهری	۰/۰۸۷	اقتصادی
۲۰	۰/۰۱۱	۰/۱۲۶	توزیع کافی اعتبارات در منطقه		
۹	۰/۰۳۸	۰/۴۳۲	اقتصاد هوشمند شهری		
۱۸	۰/۰۱۳	۰/۱۵۱	ابزار و مکانیزم‌های پولی و مالی		
۲۳	۰/۰۰۵	۰/۰۶۱	فراهم بودن سرمایه و بنیه مالی		
۱۷	۰/۰۱۵	۰/۱۵۴	طرز تفکر مناسب کارمندان	۰/۱۰۰	اجتماعی
۱۱	۰/۰۲۵	۰/۲۴۵	تعامل با نهادها دیگر		
۱۶	۰/۰۱۶	۰/۱۶۱	یشتکار و ایستادگی		
۱۰	۰/۰۲۷	۰/۲۶۶	به کارگیری خلاقیت شخصی		
۱۴	۰/۰۱۸	۰/۱۷۵	فرهنگ شهروندی		
۲۱	۰/۰۰۸	۰/۱۲۳	دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی	۰/۰۶۵	محیطی
۱۵	۰/۰۱۷	۰/۲۶۲	پویایی گروهی در سازمان دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری		
۱۲	۰/۰۲۱	۰/۳۲۸	توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه		
۱۹	۰/۰۱۲	۰/۱۷۹	وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده		
۲۲	۰/۰۰۷	۰/۱۰۹	گسترش امکانات زندگی در منطقه		
۸	۰/۰۴۰	۰/۱۵۰	فرصت شناسی	۰/۲۶۸	رفتاری
۴	۰/۰۹۱	۰/۳۳۸	داشتن توانایی تصمیم‌گیری		
۵	۰/۰۶۹	۰/۲۵۸	مسئولیت پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملازمات		
۶	۰/۰۶۸	۰/۲۵۳	داشتن سلامت روحی و روانی		
۷	۰/۰۵۵	۰/۱۱۴	برگزاری دوره‌های آموزشی مهارتی	۰/۴۷۹	ترویجی
۲	۰/۱۴۳	۰/۲۹۸	وجود انجمن‌های کارآفرینی سازمانی در منطقه		
۱	۰/۱۵۵	۰/۳۲۴	آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی		
۳	۰/۱۲۶	۰/۲۶۴	داشتن دانش مربوط به کارآفرینی		

نتایج تحلیل جدول ۴-۲۲- محاسبه شده اوزان نهایی نشان می‌دهد که عامل آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی با وزن نسبی ۰/۱۵۵ در رتبه اول و پس از آن عامل وجود انجمن‌های کارآفرینی سازمانی در منطقه با وزن نسبی ۰/۱۴۳ در رتبه دوم و داشتن دانش مربوط به کارآفرینی با وزن نسبی ۰/۱۲۶ در رتبه سوم و داشتن توانایی تصمیم‌گیری با وزن نسبی ۰/۰۹۱ در رتبه چهارم و مسئولیت‌پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملایمات با وزن نسبی ۰/۰۶۹ در رتبه پنجم و داشتن سلامت روحی و روانی با وزن نسبی ۰/۰۶۸ در رتبه ششم و برگزاری دوره‌های آموزشی مهارتی با وزن نسبی ۰/۰۵۵ در رتبه هفتم و فرصت‌شناسی با وزن نسبی ۰/۰۴۰ در رتبه هشتم و اقتصاد هوشمند شهری با وزن نسبی ۰/۰۳۸ در رتبه نهم و به کارگیری خلاقیت شخصی با وزن نسبی ۰/۰۲۷ در رتبه دهم و تأمل به نهادها دیگر با وزن نسبی ۰/۰۲۵ در رتبه یازدهم و توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه با وزن نسبی ۰/۰۲۱ در رتبه دوازدهم و تجاری‌سازی ایده‌ها بازارهای شهری با وزن نسبی ۰/۰۲۰ در رتبه سیزدهم و فرهنگ شهروندی وزن نسبی ۰/۰۱۸ در رتبه چهاردهم و پویایی گروهی در سازمان دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری با وزن نسبی ۰/۰۱۷ در رتبه پانزدهم و پشتکار و ایستادگی با وزن نسبی ۰/۰۱۶ در رتبه شانزدهم و طرز تفکر مناسب کارمندان با وزن نسبی ۰/۰۱۵ در رتبه هفدهم و ابزار و مکانیزم‌های پولی و مالی با وزن نسبی ۰/۰۱۳ در رتبه هجدهم و وجود قوانین مناسب و تسهیل‌کننده با وزن نسبی ۰/۰۱۲ در رتبه نوزدهم و توزیع کافی اعتبارات در منطقه با وزن نسبی ۰/۰۱۱ در رتبه بیستم و دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی با وزن نسبی ۰/۰۰۸ در رتبه بیست و یکم و گسترش امکانات زندگی در منطقه با وزن نسبی ۰/۰۰۷ در رتبه بیست و دوم و فراهم بودن سرمایه و بنیه مالی با وزن نسبی ۰/۰۰۵ در رتبه بیست و سوم اهمیت قرار دارد.

فصل پنجم

اراء نتائج و پيشنهادات

یکی از ساز و کارهای مطلوب سازمان‌ها برای پاسخی سریع و مناسب به تغییر و تحولات روز افزون محیطی در فضای کسب و کار، ایجاد سازمان‌های کارآفرین است. سازمان‌های کارآفرین از طریق نهادهای سازی کارآفرینی در درون خود، موجبات اجرایی شدن کارآفرینی سازمانی را فراهم می‌آورند. کارآفرینی نیاز به یک فرماندهی واحد دارد و همه‌ی وزارت خانه‌ها و سازمان‌ها با این فرماندهی هم سو شوند. شهرداری‌ها پتانسیل بسیاری برای توسعه کسب و کار و حمایت از کارآفرینی دارند که می‌توان به امکان برقراری تعاملاتی کارآمد با بخش‌های دولتی خدمات رسان در حوزه شهر و محوریت شهری توان اطلاع رسانی بالا و امکانات تبلیغاتی گسترده داشتن - تشویق فعالیتها به سمت فعالیتهای مولد - دفاتر اداری در تمام مناطق - امکانات دسترسی به آمار و اطلاعات - و آشنایی با روحیه شهروندان و فرصت‌ها و تهدیدهای شغلی - دسترسی به بازارچه‌های مختلف اشاره کرد (بابایی هزه جان و همکاران، ۱۳۹۵: ۸۳) در حقیقت، آنچه محققان بسیاری به دنبال آن هستند فراهم سازی شرایط برای اجرای ابعاد کارآفرینی سازمانی است (کوراتکو و همکاران^۱، ۲۰۰۹: ۵). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که عوامل سازمانی به طور خاص نقش مهمی در اجرای ابعاد کارآفرینی سازمانی ایفا می‌کنند از این رو سازمان‌های کنونی کشور نیز باید توجه ویژه‌ای به نهادهای سازی کارآفرینی در درون خود و سپس اجرایی کردن ابعاد کارآفرینی و شناسایی عوامل موثر به دلیل نقشی که در تقویت و تثبیت موقعیت رقابتی آنها و توسعه پایدار کشور دارد، مبذول نمایند (سوین و همکاران^۲، ۱۹۹۱: ۷). صنعت گردشگری در آینده شهرداری‌ها نقش بسیار مهمی خواهد داشت، شهرداری‌ها باید از توان توسعه کمی و کیفی در استفاده از فناوری‌های روز برخوردار باشند. در

^۱ -Kuratko et al

^۲ -Covin, et al

دنیای کنونی شهرداری‌های سنتی کارایی چندانی ندارند. با توجه به تکالیف قانونی شهرداری‌ها در برنامه پنجم توسعه در ایجاد نظام درآمدی پایدار، استفاده از ظرفیتهای بالقوه گردشگری در شهرها می‌تواند نقش بسزایی در زمینه تأمین درآمدهای پایدار برای شهرداری داشته باشد. گردشگری، یکی از ارکان اصلی و محرک اقتصادی بسیاری از شهرهاست که نقش مهمی در اشتغال، درآمد پایدار و حفاظت زیرساختها و خدمات عمومی شهری بر عهده دارد و شهر را در مسیر توسعه پایدار هدایت می‌کند (عییدی زادگان و همکاران، ۱۳۹۵: ۵۹۱).

۵-۲- خلاصه تحقیق

در ابتدای این تحقیق جهت ارائه الگوی شهرداری کارآفرین با تاکید بر صنعت گردشگری پرداختیم. که بدین منظر بر اساس ادبیات تحقیق و مجموعه تحقیقات صورت گرفته مؤلفه‌های شهرداری کارآفرین شناسایی شد و جهت بررسی و تأیید نهایی با استفاده از روش دلفی که بخش کیفی این تحقیق است از نظر ۳۰ خبره متخصص و اساتید کارآفرینی و همچنین از شهرداران، مدیران و کارشناسان شهرداری، اعضای شوراهای اسلامی شهر و مدیران و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری که به روش گلوله برفی انتخاب شدند، استفاده گردید. بعد از شناسایی مؤلفه‌ها با استفاده از روش معادلات ساختاری و با استفاده از نرم افزار ۱۱ Expert choice به جهت اولویت بندی مؤلفه‌های از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی استفاده شد که هریک از ابعاد و شاخص‌ها به تفکیک با استفاده از نرم افزار ۱۱ Expert choice رتبه بندی شدند در ادامه جهت بررسی وضعیت مؤلفه‌های نوآوری با استفاده از آزمون‌های تکنیک AHP انجام شد. جهت اجرای روش معادلات ساختاری که بخش کمی تحقیق می‌باشد ۱۹۶ نفر مدیران و کارشناسان شهرداری، اعضای شوراهای اسلامی شهر و

مدیران و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری گرگان از میان ۳۰۰ نفر مدیران و کارشناسان سازمان‌های مربوطه با استفاده از روش نمونه‌گیری مورگان انتخاب شدند که مدیران و کارشناسان سازمان‌های شهرداری و میراث فرهنگی و اعضای شورای شهر به‌عنوان نمونه جهت پاسخگویی به پرسشنامه پنج گزینه‌ای لیگرت انتخاب شدند.

در بخش زیر به بررسی نتایج تحقیق و ارائه پیشنهادات می‌پردازیم.

۳-۵- نتایج حاصل از سوالات تحقیق

سوال اول: ابعاد و مولفه‌های شهرداری کارآفرین با تاکید بر صنعت گردشگری چیست؟

با عنایت به انجام مراحل تحقیق و در ابتدا به جهت شناسایی ابعاد و مولفه‌ها با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و براساس مبانی نظری ارائه شده پرسشنامه و اخذ نظر خبرگان مجموعه‌ای از شاخص‌های شهرداری کارآفرین شناسایی و پس از گردآوری شاخص‌ها و انجام روش دلفی فازی ۳۸ مولفه شناسایی شده ۲۳ مولفه که از امتیاز بالاتر را کسب کرده اند انتخاب و مبنای طراحی پرسشنامه‌های قرار گرفت.

سوال دوم: ارتباط بین ابعاد و مولفه‌های شهرداری کارآفرین با تاکید بر صنعت گردشگری

چگونه است؟

در پاسخ به سوال دوم تحقیق ارتباط بین ابعاد و مولفه‌های تحقیق با استفاده از مراحل روش فرآیند سلسله مراتبی و استفاده از پرسشنامه و با استفاده از نرم افزار ۱۱ Expert choice هر یک از مولفه‌های شهرداری کارآفرین شناسایی و هر یک از مولفه‌های مرتبط با هر بعد پس از وزن دهی، امتیاز دهی و اولویت بندی که در بعد شهرداری کارآفرین بالاترین رتبه مرتبط مربوط به عامل

ترویجی با وزن نسبی ۰/۴۷۹ در رتبه اول و پس از آن عامل رفتاری با وزن نسبی ۰/۲۶۸ در رتبه دوم و عامل اجتماعی با وزن نسبی ۰/۱۰۰ در رتبه سوم و عامل اقتصادی با وزن نسبی ۰/۰۸۷ در رتبه چهارم و عامل محیطی با وزن نسبی ۰/۰۶۵ در رتبه پنجم و پایین ترین رتبه مربوط را دارا می باشند. در نهایت نرخ ناسازگاری ماتریس مورد نظر برابر (IR=۰/۰۲) است و چون این مقدار کمتر از ۰/۱ است ($IR \leq 0.1$) بنابراین در مقایسات زوجی ماتریس مورد نظر، سازگاری جواب پاسخگویان وجود دارد.

سوال سوم: الگوی شهرداری کار آفرین با تاکید بر صنعت گردشگری دارای چه مشخصاتی

است؟

شهرداری کار آفرین فرآیندی است که کار آفرین تحت حمایت یک سازمان فعالیت های کار آفرینانه خود را به ثمر می رساند با وجود این که کار آفرینی درون سازمان به تنه‌ان یک مفهوم، اخیراً در ادبیات مدیریت وارد شده مفهومی است که به رویکرد کار آفرینی یک سازمان مرتبط بوده، ریشه در ادبیات کار آفرینی دارد. فرای معتقد است که کار آفرینی درون سازمان فرآیندی است که محصولات (خدمات) یا فرآیندهای نوآوانه و به وسیله خلق فرهنگ کار آفرینانه در یک سازمان ایجاد گردد. (فرای، ۱۹۹۹) کار آفرینی در یک سازمان برای موفق بودن، باید از منظر مدیریت استراتژیک تحقق یابد، کار آفرینی درون سازمانی باید بخشی از طرح گسترده استراتژیک یک سازمان و بخش مکمل اجرایی این طرح باشد برای تحقق کار آفرینی درون سازمانی از منظر مدیریت استراتژیک سه دلیل وجود دارد:

نخست: کار آفرینی درون سازمانی بر عملکرد بلند مدت سازمانی بویژه انطباق و بقا بیشترین تاثیر را دارد. از آن جا که این معیارهایی هستند که زیر بنای مدیریت استراتژیک را شکل می دهند و باید فرآیند کار آفرینی در یک سازمان را در سطح استراتژیک آغاز کرد، رویکرد کار آفرینی به سازمان

اجازه می‌دهد تا با آمادگی بهتر به تغییر در محیط بیرونی واکنش نشان دهد، در طول زمان سازگار شده ادامه حیات دهد.

دوم: هر رویه سازمانی که نیازمند پذیرش گسترده ای باشد، باید مورد قبول مدیریت ارشد سازمان قرار گیرد. ادغام کارآفرینی سازمانی و فرآیند مدیریت استراتژیک به ایجاد یک نوع تعهد کمک می‌کند. اگر قرار است کارآفرینی در سازمان موفق باشد باید در تمام سطوح سلسله مراتب سازمان مشهود باشد.

سوم: کارآفرینی درون سازمانی در برگیرنده اعمالی است که بخشی از طرح های استراتژیک یک سازمان محسوب می‌شود توسعه محصولات و خدمات جدید، نوآوری در محصولات و خدمات و همچنین ایجاد واحد و شعبات جدید، همگی نتایج یک سازمان کارآفرین است.

۴-۵- بحث و تفسیر نتایج

هر چند به دلیل وجود عوامل محدود کننده امکان بررسی تمامی مولفه های شهرداری کارآفرین وجود نداشت که این امر می‌تواند فرصتی را برای انجام تحقیقات بعدی و تکمیلی توسط محققان فراهم آورد به علاوه می‌توان مدل ارائه شده در این تحقیق را در سایر سازمان های مشابه بویژه سازمان میراث فرهنگی و گردشگری مورد آزمون قرار داد. از آنجایی که نیازهای شهرها روز به روز افزایش پیدا کرده و توقعات و سطح انتظارات نیز در حال تغییر است، لازم است که منابع درآمدی شهرداری ها نیز متناسب با این افزایش، گسترش یابد. تأمین منابع مالی از سوی شهرداری ها از شیوه های مختلفی قابل وصول است اما پایداری این درآمدها قابل اهمیت است، چرا که درآمدهای ناپایدار در شرایط رکود قابل اتکا نیستند و منبع درآمدی شهرداری را دچار تزلزل خواهند کرد. صنعت

گردشگری فعالیتی گسترده با ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و زیست محیطی است. گستردگی این فعالیت به اندازه ای است که توسعه آن بدون برنامه ریزی اصولی و مدیریت صحیح امکان پذیر نیست. طبیعی است که پیشنیاز انجام هر برنامه ریزی، توجه به تعاریف و اژگان پایه در زمینه گردشگری و انجام تحلیلهای درست و دقیق در این رابطه است. بنابراین لازم است گردشگری از جنبه های گوناگون مورد بررسی قرار گیرد، ارکان اصلی آن نیز به درستی تعریف و تحلیل گردد، همچنین نظریه های مختلف در این رابطه ارزیابی شوند و در نهایت طبقه بندی آن به درستی و البته بطور کامل انجام پذیرد. چرا که بطور مثال هر نوع طبقه بندی، توریسم یا معادل فارسیش گردشگری خاصی را ایجاد می نماید و واضح است که هر نوع از این گردشگری ها جاذبه های مختلفی دارند و تأسیسات و همچنین خدمات رفاهی خاصی را نیاز دارند. بنابراین برای توسعه مطلوب نیازمند برنامه ریزی و مدیریت ویژه ای هستند که با نوع دیگر گردشگری متفاوت است. در هر حال در دنیای کنونی نمی توان اهمیت گردشگری را نادیده گرفت. بسیاری، اهمیت گردشگری را صرفاً در ایجاد درآمد و فرصت های شغلی می دانند؛ در حالی که اهمیت و عظمت گردشگری به منافع اقتصادی محدود نمی گردد در صورت برنامه ریزی و توسعه برنامه ریزی شده، گردشگری قادر است که به بهبود شاخص های عدالت اجتماعی، ارتقای سطح زندگی، رفاه عمومی، تعادل و توازن منطقه ای منجر گردد. میزان موفقیت در توسعه گردشگری تابعی از کیفیت و نحوه دخالت عوامل مؤثر گوناگون است که در حقیقت همان نقش بی بدیل نوآوری سازمانی در پیاده سازی و تقویت کارآفرینی سازمانی در شرکت ها و سازمان ها بسیار حایز اهمیت و به عنوان یک ضرورت تبدیل گردیده و لاجرم شرکت ها می بایست در این مسیر اقدامات موثری را انجام دهند که بزرگترین موانع پیشرفت سازمان ها در درون خود آن ها وجود دارد همان گونه قوی ترین عامل پیشرفت و موفقیت نیز در درون خود آنهاست به طور کلی می توان گفت ویژگی های اصلی سازمان های کارآفرینی این سازمان ها را مجهز به قابلیت

هایی می کند که ضمن ارتقای کارآمدی، قادر به بهره گیری بهتر از فرصت های موجود و انطباق پذیری بیشتر با محیط پیرامونشان محسوب می شوند. چون امروزه اداره، سازمان ها و شرکت ها با شیوه های رایج و سنتی دشوار و با توجه به عدم ثبات و تغییرات مستمر شرایط فضای کسب و کار سازمان ها نیازمند به نوآوری و خلاقیت هستند. عوامل و مشکلات متعددی در اداره ها و سازمان ها وجود دارد که مانع خلاقیت و نوآوری می شود همچنین عدم شناخت از توانمندی ها و درک فرصت ها و شناخت صحیح منابع (انسانی، سرمایه، امکانات و...) و بکارگیری هوشمندانه آنان در جهت ارتقاء وضع موجود و بهره گیری بالاتر منجر به داوم پایداری آنان در فضای کسب و کار متلاطم خواهد شد. بنابراین می توان با شناسایی و اولویت بندی عوامل در اداره و رفع موانع کارآفرینی از طریق حمایت از اقدامات نوآورانه بستری مناسب جهت توسعه نوآوری در سازمان ها ایجاد کرد. همچنین در بعد اقتصادی تجاری سازی ایده ها بازارهای شهری، توزیع کافی اعتبارات در منطقه، اقتصاد هوشمند شهری در مناطق مستعد گردشگری هم موجب استفاده بهینه از منابع موجود میشود و هم زمینه ساز رشد، شکوفایی و پایداری مکانهای زندگی شهری است؛ در بعد اجتماعی طرز تفکر مناسب کارمندان، علاقه به خوداشتغالی، پشتکار و ایستادگی می توان با افزایش قدرت ریسک پذیری در کارمندان و مدیران به منظور پذیرش ایده های خلاقانه و نوآور در سازمان و تقویت عوامل انگیزشی در جهت کسب رضایت شغلی کارکنان به کارگیری صحیح توان کارشناسی کارکنان متخصص و متعهد و خلاق و تشویق آنان در جهت مشارکت بهینه در کار تیمی از طریق فراهم کردن بستر مناسب و اصلاح روحیه ها و فرآیندهای نوآوری سازمانی را در ابعاد رفتاری و ترویجی برای سازمان ها و اداره ها تبیین کرد. بنابراین اگر بتوان کارکردهای جدیدی را برای سازمان ها تعریف کرد آنگاه در راستای این کارکردهای می توان به ایجاد شهرداری کارآفرینی دست زد، در اینجا است که مفهوم شهرداری کارآفرینی اهمیت می یابد.

۵-۵- نتیجه گیری کلی

با توجه به تحلیلی که در فصل چهارم ارائه شده است و در راستای اهداف پژوهش و رتبه بندی ابعاد و مولفه های الگوی شهرداری کارآفرین با تاکید بر صنعت گردشگری به آنالیز پرداخته ایم و نتایج رتبه بندی ابعاد و مولفه ها بصورت جدول ۵-۱ ارائه شده اند.

جدول (۵-۱) اولویت بندی ابعاد و مولفه های شهرداری کارآفرین با رویکرد توسعه گردشگری براساس روش تحلیل سلسله مراتبی AHP

رتبه (اولویت)	وزن نهایی	وزن محلی عوامل فرعی	عوامل فرعی	وزن عوامل اصلی	عوامل اصلی
۱۳	۰/۰۲۰	۰/۲۳۰	تجاری سازی ایده ها بازارهای شهری	۰/۰۸۷	اقتصادی
۲۰	۰/۰۱۱	۰/۱۲۶	توزیع کافی اعتبارات در منطقه		
۹	۰/۰۳۸	۰/۴۳۲	اقتصاد هوشمند شهری		
۱۸	۰/۰۱۳	۰/۱۵۱	ابزار و مکانیزم های پولی و مالی		
۲۳	۰/۰۰۵	۰/۰۶۱	فراهم بودن سرمایه و بنیه مالی		
۱۷	۰/۰۱۵	۰/۱۵۴	طرز تفکر مناسب کارمندان	۰/۱۰۰	اجتماعی
۱۱	۰/۰۲۵	۰/۲۴۵	تأمل به نهادهای دیگر		
۱۶	۰/۰۱۶	۰/۱۶۱	پشتکار و ایستادگی		
۱۰	۰/۰۲۷	۰/۲۶۶	به کارگیری خلاقیت شخصی		
۱۴	۰/۰۱۸	۰/۱۷۵	فرهنگ شهروندی		
۲۱	۰/۰۰۸	۰/۱۲۳	دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی	۰/۰۶۵	محیطی
۱۵	۰/۰۱۷	۰/۲۶۲	پویایی گروهی در سازمان دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری		
۱۲	۰/۰۲۱	۰/۳۲۸	توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه		
۱۹	۰/۰۱۲	۰/۱۷۹	وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده		

		گسترش امکانات زندگی در منطقه	۰/۱۰۹	۰/۰۰۷	۲۲
رفتاری	۰/۲۶۸	فرصت شناسی	۰/۱۵۰	۰/۰۴۰	۸
		داشتن توانایی تصمیم‌گیری	۰/۳۳۸	۰/۰۹۱	۴
		مسئولیت‌پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملایمات	۰/۲۵۸	۰/۰۶۹	۵
		داشتن سلامت روحی و روانی	۰/۲۵۳	۰/۰۶۸	۶
		برگزاری دوره‌های آموزشی مهارتی	۰/۱۱۴	۰/۰۵۵	۷
ترویجی	۰/۴۷۹	وجود انجمن‌های کارآفرینی سازمانی در منطقه	۰/۲۹۸	۰/۱۴۳	۲
		آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی	۰/۳۲۴	۰/۱۵۵	۱
		داشتن دانش مربوط به کارآفرینی	۰/۲۶۴	۰/۱۲۶	۳

نتایج تحلیل جدول ۵-۱ محاسبه شده اوزان نهایی نشان می‌دهد که عامل آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی با وزن نسبی ۰/۱۵۵ در رتبه اول و پس از آن عامل وجود انجمن‌های کارآفرینی سازمانی در منطقه با وزن نسبی ۰/۱۴۳ در رتبه دوم و داشتن دانش مربوط به کارآفرینی با وزن نسبی ۰/۱۲۶ در رتبه سوم و داشتن توانایی تصمیم‌گیری با وزن نسبی ۰/۰۹۱ در رتبه چهارم و مسئولیت‌پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملایمات با وزن نسبی ۰/۰۶۹ در رتبه پنجم و داشتن سلامت روحی و روانی با وزن نسبی ۰/۰۶۸ در رتبه ششم و برگزاری دوره‌های آموزشی مهارتی با وزن نسبی ۰/۰۵۵ در رتبه هفتم و فرصت شناسی با وزن نسبی ۰/۰۴۰ در رتبه هشتم و اقتصاد هرشمند شهری با وزن نسبی ۰/۰۳۸ در رتبه نهم و به کارگیری خلاقیت شخصی با وزن نسبی ۰/۰۲۷ در رتبه دهم و تأمل به نهادها دیگر با وزن نسبی ۰/۰۲۵ در رتبه یازدهم و توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه با وزن نسبی ۰/۰۲۱ در رتبه دوازدهم و تجاری سازی ایده‌ها بازارهای شهری با وزن نسبی ۰/۰۲۰ در رتبه سیزدهم و فرهنگ شهروندی وزن نسبی ۰/۰۱۸ در رتبه چهاردهم و پویایی گروهی در سازمان دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری با وزن نسبی ۰/۰۱۷ در رتبه پانزدهم و پشتکار و ایستادگی با

وزن نسبی ۰/۰۱۶ در رتبه شانزدهم و طرز تفکر مناسب کارمندان با وزن نسبی ۰/۰۱۵ در رتبه هفدهم و ابزار و مکانیزم‌های پولی و مالی با وزن نسبی ۰/۰۱۳ در رتبه هجدهم و وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده با وزن نسبی ۰/۰۱۲ در رتبه نوزدهم و توزیع کافی اعتبارات در منطقه با وزن نسبی ۰/۰۱۱ در رتبه بیستم و دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی با وزن نسبی ۰/۰۰۸ در رتبه بیست و یکم و گسترش امکانات زندگی در منطقه با وزن نسبی ۰/۰۰۷ در رتبه بیست و دوم و فراهم بودن سرمایه و بنیه مالی با وزن نسبی ۰/۰۰۵ در رتبه بیست و سوم اهمیت قرار دارد. یکی از سیاست های اجرایی که می تواند در تحقق بخشی شهرداری کارآفرینی با رویکرد توسعه گردشگری نقش ایفا کند، مسأله تأمین اشتغال و بهبود درآمدپایدار خواهد بود. لازمه این امر نوآوری در ایجاد فرصتهای شغلی جدید در محیط های شهری است، بنابراین اگر بتوان کارکردهای جدیدی را برای شهرداری کارآفرین به توسعه گردشگری تعریف کرد آنگاه در راستای این کارکردهای میتوان به ایجاد اشتغال دست زد، در اینجاست که مفهوم شهرداری کارآفرین اهمیت می یابد و با توجه به مطالعات و تجربیات جهانی که در زمینه شهرداری کارآفرین و عوامل مؤثر بر آن صورت گرفته است اما شاهد تغییر و تحولات چندانی در این بخش نیستیم، زیرا هر یک از این مطالعات، یکسری عوامل را در توسعه گردشگری در مناطق شهری مؤثر میدانند، این در حالی است که در جوامع شهری به دلیل وجود منابع طبیعی، نیروی انسانی غنی و نقش و اهمیت آن در بخش گردشگری در کشورهای در حال توسعه، ضرورت نگاه همه جانبه به عوامل اقتصادی، اجتماعی، محیطی، ترویجی و رفتاری در قالب یک رویکرد ترکیبی احساس می شود.

آنچه که می توان از آن به عنوان نتیجه ی این بحث یاد کرد رشد کارآفرینی در سازمان شهرداری و شاخص های تاثیر گذار است که می تواند نفوذ و اثربخشی آن را در توسعه صنعت گردشگری شدت بخشد. بر این اساس در این پژوهش ۲۳ مولفه در قالب ۵ بعد اقتصادی، اجتماعی،

محیطی، ترویجی و رفتاری طراحی و مورد آزمون قرار گرفت و از نتایج به دست آمده میتوان استنباط کرد که در شناسایی ابعاد و متغیرهای تأثیرگذار، عامل اقتصادی دارای کمترین تأثیر و عامل ترویجی دارای بیشترین تأثیر بر شهرداری کارآفرینی با رویکرد توسعه گردشگری در جوامع شهری می باشد که نتایج این پژوهش با یافته های مقیمی و همکاران، نبی زاده ذوالپیرانی و همکاران همخوانی دارد. نتایج پژوهش حاضر با نتایج مقالات رئیسی و حیدری ساربان عوامل اقتصادی بیشترین تأثیر دارد هم خوانی ندارد. تفاوت این تحقیق با سایر تحقیق های مشابه این است که در طرح حاضر در ایران دارای سابقه پژوهشی نمی باشد و از طرف دیگر به تبیین و تعریف اصطلاح شهرداری کارآفرین می پردازد و با نگاهی سیستمی و جامع، پس از بررسی جامع از متون موضوعی مربوطه متغیرهای مربوط به شهرداری کارآفرین و صنعت گردشگری با ابعاد مختلف بررسی و میزان امنیت و اثر گذاری هر یک از آنها و همچنین طیف اثرگذاری هر کدام از شاخص ها در متغیر های مربوطه به صوت مستقیم و غیرمستقیم مشخص خواهد شد تا بتوان در نهایت الگوی شهرداری کارآفرین با تأکید بر صنعت گردشگری را طراحی کرد.

بر مبنای نتایج حاصل از بررسی اهداف و سوالات میتوان به عنوان نتیجه گیری کلی استنباط کرد که تقویت شهرداری کارآفرین در زمینه صنعت گردشگری در مناطق مستعد گردشگری هم موجب استفاده بهینه از منابع موجود می شود و هم زمینه ساز رشد، شکوفایی و پایداری مکان های زندگی شهری است. بنابراین در راستای شهرداری کارآفرین در محدوده مورد مطالعه توجه و تقویت ابعاد شناسایی شده به ویژه دو عامل ترویجی و رفتاری از الزاماتی است که باید مورد توجه متولیان امور شهری قرار گیرد نهایت این که برای توسعه شهرداری کارآفرین در میان کارکنان شهرداری گرگان علاوه بر تقویت پنج بعد شناسایی شده توجه به راهکارهای پیشنهادی کارکنان مورد توجه ویژه قرار گیرد. دقت در ماهیت راهکارهای پیشنهادی کارکنان نیز مهر تاییدی بر توجه بیشتر مسئولان

و برنامه ریزان بر دو بعد ترویجی و رفتاری در راستای شهرداری کارآفرین با رویکرد توسعه صنعت گردشگری در شهر گرگان می باشد. نتایج اولویت بندی راهکارهای عملیاتی جامعه کارکنان جهت شهرداری کارآفرین با رویکرد توسعه گردشگری در شهر گرگان نشان داد سه راهکار "داشتن دانش مربوط به کارآفرینی" و "برگزاری دوره‌های آموزشی مهارتی" و "بوجود آوردن انجمن‌های کارآفرینی سازمانی در منطقه" به ترتیب با ۱۶، ۱۹، ۱۵ بار تکرار، مهمترین راهکارهای کارکنان شهرداری جهت شهرداری کارآفرین می باشد. از آنجایی که نیازهای شهرها روز به روز افزایش پیدا کرده و توقعات و سطح انتظارات نیز در حال تغییر است، لازم است که منابع درآمدی شهرداری‌ها نیز متناسب با این افزایش، گسترش یابد. تأمین منابع مالی از سوی شهرداری‌ها از شیوه‌های مختلفی قابل وصول است اما پایداری این درآمدها قابل اهمیت است، چرا که درآمدهای ناپایدار در شرایط رکود قابل اتکا نیستند و منبع درآمدی شهرداری را دچار تزلزل خواهند کرد. بخصوص شهر گرگان به عنوان مرکز استان و جمعیت روزافزون موضوعاتی نظیر: ناهنجاری‌های بصری و زیست محیطی، ترافیک، آلودگی هوا و غیره، تأمین منابع مالی پایدار الزامی به نظر می رسد. همچنین درآمدهای پایدار در راستای توسعه پایدار شهری قرار دارد. یکی از راهکارهای مطرح شده در این مطالعه تأمین درآمدهای پایدار برای شهرداری گرگان از طریق گردشگری شهری است. شهرداری‌ها بزرگ‌ترین نقش را در توسعه گردشگری شهری دارند. شهر گرگان ظرفیت‌های گردشگری بسیاری در جهت جذب گردشگران دارد. اما قبل از هرگونه راهکار و پیشنهاد باید بر بازاریابی گردشگری شهری تکیه کرد. مردمان شهرها خود مصرف‌کنندگان برتر محصولات گردشگری هستند، در صورت رضایت ساکنان از فضای شهری، گردشگری نیز رشد خواهد یافت. با اعلام رضایت هر مصرف‌کننده نوعی بازاریابی دهان به دهان ایجاد می شود که یکی از مؤثرترین شیوه‌های تبلیغ رایگان است. معرفی شهر گرگان به طور کامل و ارائه اطلاعات همه جانبه از وظایف شهرداری گرگان است. شهر گرگان ظرفیت‌های

گردشگری بسیاری دارد که بازدید از تمامی آن‌ها در کوتاه مدت ممکن نیست. اما برخی جاذبه‌ها به سایرین ارجحیت دارند. شهرداری گرگان می‌تواند با تعیین مسیرهای گردشگری، گردشگران را یاری کند. برخی از جاذبه‌ها به علت دسترسی مشکل از بازدیدکنندگان به تعداد کافی بی‌بهره‌اند، در کنار این جاذبه‌ها بایستی اقداماتی تدارک دید که گردشگران را ترغیب به بازدید کند. برای مثال موزه‌های شهر گرگان در مقایسه با سایر کلان‌شهرهای راکد به نظر می‌رسند. ارائه تخفیفات یا افزایش کیفیت در ارائه اطلاعات مربوط به موزه‌ها می‌تواند راهگشا باشد. شهرگرگان در مقایسه با شهر مهم ایران پتانسیل بسیار خوبی برای نشان دادن ظرفیت‌های گردشگری به موازات دیپلماسی ملی دارد و می‌تواند از این موقعیت در جهت توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی شهر بهره‌مند گردد.

۵-۶- محدودیت‌های تحقیق

دستیابی به اطلاعات وضعیت شهرداری کارآفرین با رویکرد توسعه گردشگری، از چالش‌های

پژوهش حاضر محسوب می‌شود.

۱- دخالت برخی عوامل در نتایج پژوهش که از کنترل پژوهشگر خارج است مانند عوامل

مرتبط با نگرش‌های کارکنان، توضیح آنکه در این پژوهش، به دلیل استفاده از پرسشنامه، نگرش افراد

بررسی شده است نه واقعیت.

۲- عدم اعتقاد برخی مدیران و کارکنان به امر تحقیق و پژوهش و اهمیت ندادن آن‌ها به نتایج

و یافته‌های تحقیق که مسلماً باعث مشکلاتت و موانعی می‌شود.

۷-۵-۱- پیشنهادات مبتنی بر نتایج تحقیق

با توجه به اینکه نتایج پژوهش نشان داد که آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی (بعد ترویجی) در رتبه اول قرار گرفته است لذا پیشنهاد می‌شود شناساندن فرصت‌ها و ظرفیت‌های بالقوه گردشگری و کارآفرینی شهرها به مدیران، کارمندان شهرداری، دستگاه‌های ذیربط و سرمایه گذاران به منظور پذیرش ایده‌های خلاقانه در شهر و تغییر نگرش آنها برای رسیدن به اهداف و برنامه‌های کارآفرینی و گردشگری توسط شهرداری‌ها در اولویت قرار گیرد.

- در این تحقیق وجود انجمنهای کارآفرینی سازمانی در منطقه از بعد ترویجی در رتبه دوم قرار گرفته است لذا پیشنهاد می‌شود شکل دهی، ساماندهی و تقویت تشکلهای کارآفرین در حوزه گردشگری شهری بصورت بوم گردی و تورهای گردشگری در سطح استان انجام شود

- داشتن دانش مربوط به کارآفرینی، داشتن توانایی تصمیم‌گیری، استقامت در برابر ناملایمات، داشتن سلامت روحی و روانی، بکارگیری خلاقیت شخصی، مسوولیت پذیری و توانایی و پشتکار و ایستادگی از مولفه‌های بود که به ترتیب در رتبه های سوم، چهارم، پنجم، ششم، دهم و شانزدهم از بعدهای ترویجی، رفتاری و اجتماعی قزاز گرفت لذا پیشنهاد می‌گردد در انتخاب و انتصاب مدیران شهری بخصوص شهرداران، از مدیران شهری مصمم، توانمند، خلاق و مسوولیت پذیر با دانش و تجربه کافی و نگرش مناسب به کارآفرینی و گردشگری استفاده شود.

- یکی دیگر از مولفه‌های شناسایی شده در الگوی شهرداری کارآفرین با تاکید بر صنعت گردشگری فرصت شناسی از بعد رفتاری بود، لذا پیشنهاد می‌شود جهت شناسایی وضع موجود شهرها و شناخت فرصت‌ها و مزیت های نسبی شهر در امور مربوط به درآمد پایدار و گردشگری مطالعات طرح جامع گردشگری شهرداری ها اجرا شود.

- فرهنگ شهروندی و گسترش امکانات زندگی در منطقه دو مولفه از ابعاد اجتماعی است که پیشنهاد می‌شود با ایجاد شرایط نگرش نوین در شهروندان نسبت به وظایف شهرداری‌ها با توجه به نیازها و خواسته‌های آنها جهت اجرای پروژه‌های شهری مورد نیاز پرداخته شود.

- با توجه به اینکه اقتصاد هوشمند شهری و مولفه دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی به ترتیب در رتبه‌های نهم و بیست و یکم قرار گرفتند لذا پیشنهاد می‌گردد شهرداری‌های استان به سیستم‌های هوشمند، سایت‌ها و پرتال‌های تخصصی، اپ‌های کاربردی و سامانه‌های اینترنت برای شناساندن ظرفیت‌های گردشگری و اقتصادی شهرها مجهز گردند.

- یکی دیگر از مولفه‌ها از بعد اجتماعی که در رتبه یازدهم قرار گرفت تعامل با دیگر نهادها بود لذا پیشنهاد می‌گردد جهت ایجاد تعامل مابین کلیه دستگاه‌های اجرایی شهر قانون یکپارچگی مدیریت شهری اجرایی شود.

- برای مولفه توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه از بعد محیطی بهینه‌سازی ساختار حمل و نقل درون شهری و برون شهری در راستای تسهیل در تردد گردشگران پیشنهاد می‌گردد.

- با توجه به اینکه پویایی گروهی در سازمان دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری (بعد محیطی) در رتبه پانزدهم قرار گرفت پیشنهاد می‌گردد از ظرفیت‌های علمی دانشگاه‌ها و کارشناسان خبره کارآفرین و موسسات مرتبط با کارآفرینی در تغییر نگرش و گسترش وظایف شهرداری‌ها از مدل سنتی به رویکردهای نوین استفاده شود.

- برگزاری دوره‌های آموزشی مهارتی و طرز تفکر مناسب کارمندان به ترتیب در رتبه‌ها هفتم و هفدهم از بعدهای ترویجی و اجتماعی بود که پیشنهاد می‌گردد برای رسیدن به اهداف و برنامه‌های کارآفرینی و گردشگری همایش‌ها، دوره‌های آموزشی و استارت آپ‌های شهری در جهت شکل‌دهی ایده‌های خلاقانه در سازمان و تغییر نگرش کارکنان برگزار گردد.

- توزیع کافی اعتبارات در منطقه از مولفه های بعد اقتصادی بود که در این تحقیق معنی دار شد
لذا پیشنهاد می گردد شهرداری ها در جذب اعتبارات ملی و استانی در جهت تأمین منابع مالی
مورد نیاز توسعه زیرساخت های گردشگری شهرها پیگیری های لازم را انجام دهند.

- با توجه به اینکه دو مولفه از بعد اقتصادی شامل ابزار و مکانیزمهای پولی و مالی، فراهم بودن
سرمایه و بنیه به ترتیب در رتبه های هجدهم و بیست و سوم قرار گرفتند لذا پیشنهاد می گردد از
مکانیسم های پولی و مالی با انتشار اوراق عرضه، فروش سهام و... در شهرداری ها جهت تأمین
هزینه پروژه های گردشگری استفاده شود.

- با توجه به اینکه در این تحقیق مولفه وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده از بعد محیطی معنی
دار شد، جهت تسهیل در جذب گردشگر و ایجاد کارآفرینی اداره ای تحت عنوان گردشگری در
شهرداری ها تشکیل گردد همینطور ایجاد کمیته کارشناسی و کمیته عالی سرمایه گذاری در
شهرداری ها با حضور شهردار، اعضای شورای شهر و مدیران مرتبط شهری پیشنهاد می گردد.

- یکی دیگر از مولفه ها از بعد اقتصادی که در رتبه سیزدهم قرار گرفت تجاری سازی ایده ها و
بازارهای شهری بود لذا پیشنهاد می گردد شهرداری ها با تقویت و گسترش بازارها و بازارچه های
محلی، برگزاری نمایشگاه های صنایع دستی، جشنواره های اقوام و رویدادهای فرهنگی برای
توسعه فعالیت های گردشگری (هفته فرهنگی گرگان- جشنواره پاییز هزار رنگ و...) و
برندسازی شهرها در ایجاد شهرداری کارآفرین با تأکید بر صنعت گردشگری بسیار موثر باشند.

۵-۷-۲- پیشنهادهایی به پژوهشگران آینده

با توجه به نتایج بدست آمده در پژوهش حاضر، پیشنهادهای زیر می تواند سبب توسعه گردشگری
در استان گلستان شود:

- بررسی نقش دولت در توسعه شهرداری های کارآفرین

- بررسی نقش تبلیغات در رشد و توسعه گردشگری با تأکید بر مدل شهرداری کارآفرین

- بررسی نقش شهرداری کارآفرین در ایجاد درآمدهای پایدار در شهرداری ها

- بررسی ظرفیت‌های علمی دانشگاه‌ها، مراکز علمی و موسسات مرتبط با کارآفرینی در
تغییر نگرش و گسترش وظایف شهرداری از مدل سنتی به رویکردهای نوین.

- بررسی تاثیر اجرایی شدن قانون یکپارچگی مدیریت شهری در شهرداری کارآفرین

- بررسی تاثیر تشکیل اداره گردشگری در شهرداری‌ها با هدف جذب گردشگر و ایجاد
کارآفرینی

- بررسی تشکیل کمیته های کارشناسی و کمیته عالی سرمایه گذاری در شهرداری ها با

حضور شهردار، اعضای شورای شهر و مدیران مرتبط شهری جهت سهولت در جذب

سرمایه گذاران در راستای تامین منابع مالی پروژه های مورد نیاز

منبع

منابع فارسی

-الوانی، مهدی و پیروزبخت، معصومه (۱۳۸۵)، فرآیند مدیریت جهانگردی، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.

-ایمنی قشلاق، سیاوش (۱۳۸۸)، نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی جوانان روستایی مطالعه موردی روستای کندوان، دهستان سهند شهرستان اسکو، پایان نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی دکتر محمدرضا رضوانی، دانشکده رشته جغرافیا و برنامه روستایی، دانشگاه تهران.

-اسماعیل زاده، حسن، خاویاران، امیررضا، کانونی، رضا (۱۳۹۳) راهبرد پژوهشی در سایه عوامل محیطی در گردشگری شهری با استفاده از مدل های کمی و کیفی (نمونه موردی: یزد)، نشریه گردشگری شهری، دوره اول، شماره ۱، صفحه ۱۷ - ۳۳.

-اسلامی، حسین (۱۳۸۷) مدیریت عمومی و مدیریت پروژه مدیریت پروژه و ساخت، دانشگاه عمران شریف.

-الوانی، مهدی (۱۳۸۴) مدیریت عمومی، چاپ بیست و چهارم، تهران: نشر نی.

-اکبری لنگوری، جعفر (۱۳۹۱) بررسی نقش کارآفرینی بر توسعه پایدار اقتصادی) نمونه موردی کارگاه های زودبازده شهر بابل، مجموعه مقالات کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، مازندران.

-الوانی. م، کهن هوش نژاد. ر، صفری. س، خدامرادی. س (۱۳۹۱) شناسایی و اولویت بندی عوامل سازمانی موثر بر اجرایی کردن ابعاد کارآفرینی سازمانی با تبیین نقش نهادینه سازی کارآفرینی، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول) سال بیست و سوم شماره ۷۰، بهار و تابستان ۹۲ صفحات ۱ تا ۲۴.

-اکرامی، م، صفری، ث، قلمکاری، م، (۱۳۹۲) توسعه مؤلفه های کارآفرینی کارکنان شهرداری (مطالعه موردی: شهرداری منطقه ۷ تهران)، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری / شماره ششم، بهار ۱۳۹۳،

صفحات ۷۱-۵۵

-ایران نژاد پاریزی، مهدی (۱۳۸۷) روش های تحقیق در علوم اجتماعی، تهران نشر مدیران،
-اردکانی، سعید و همکاران (۱۳۹۲) شناسایی و رتبه بندی مولفه های موثر بر جذابیت مقصد گردشگری با استفاده از روش (TOPSIS)، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، قم، دانشگاه پیام نور.

-معاونت آموزشی پژوهشکده مدیریت شهری و روستایی، آنچه شورای اسلامی شهر باید بداند، انتشارات سازمان شهرداریها و دهیاریهای کشور، ۱۳۹۰

-احمد بور داریانی، محمود (۱۳۸۰)، کارآفرینی، تساریف نظریات، الگوها، چاپ سوم، تهران، انتشارات پردیس.

-الوانی، سیدمهدی (۱۳۸۲)، مدیریت عمومی، تهران، نشر نی، چاپ سی و پنجم

-احمدی، کریم، وظیفه دوست، حسین، هنری جعفرپور، احمد (۱۳۸۸)، بررسی تاثیر توریسم تاریخی فرهنگی بر توسعه پایدار شهری همدان، پژوهشنامه علوم اجتماعی، دوره ۳، شماره ۱

-آرمسترانگ، مایکل، (۲۰۰۳)، مدیریت استراتژیک منابع انسانی، ترجمه سید محمد اعرابی، داوود ایزدی، تهران دفتر پژوهش های فرهنگی.

-افشاری، محمد (۱۳۹۱)، ویژگی های اساسی مالیات بر ارزش افزوده به عنوان منبع درآمد قابل اتکا برای شهرداری ها، اقتصاد شهر، شماره ۱۴: ۲۶-۳۵

-آخوندی، فریدون (۱۳۹۱)، نقش پایداری درآمد شهرداری‌ها در تحقق اهداف توسعه شهری. اقتصاد

شهر، سال چهارم، شماره ۱۶: ۷۰-۷۳

-ابراهیمی نژاد، مهدی، قادری، شوکت، قادری، جاسم (۱۳۹۱)، بررسی رابطه بین اقدامات مدیریت

استراتژیک و کارآفرینی سازمانی، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان.

-اقبال، عباس، (۱۳۸۳) تاریخ طبرستان، بهاء الدین محمد بن حسن بن اسفندیار کاتب، کتاب خاور

-بخشی، حمید (۱۳۹۰)، تحلیل اثربخشی مدیریت شهری در توسعه گردشگری کلانشهر تهران،

رساله دکترا دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات.

-اصغریور، محمد جواد (۱۳۸۹)، تصمیم‌گیری چندمعیاره، تهران، موسسات چاپ و انتشارات

دانشگاه تهران.

-بابایی هزه جان.م، علی پیران نژاد، ع. محمدپور زرنندی، ح. امیری، م. (۱۳۹۵)، شناسایی عوامل

اقتصادی مؤثر بر کارآفرینی شهری (مطالعه موردی: شهر تهران)، فصلنامه علم - پژوهش اقتصاد و

مدیریت شهری، سال پنجم، شماره اول (پیاپی ۱۷)، صفحات ۹۹-۸۳

- پرهیزگار، اکبر، فیروزبخت، علی (۱۳۹۰) چشم انداز مدیریت شهری در ایران با تاکید بر توسعه

پایدار شهری، فصلنامه جغرافیای سرزمین، دوره هشتم، شماره ۴، صفحه ۴۳ - ۶۷

پورسلیمانی، علی قلی (۱۳۸۶)، مطالعه تطبیقی صنعت گردشگری در ایران و ترکیه. مجله بررسی های

بازرگانی. شماره ۲۳

-پاپلی یزدی، محمد حسین، سقایی، مهدی (۱۳۸۶)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، چاپ دوم،

انتشارات سمت.

- پاپلی یزدی، محمد حسین، سقایی، مهدی (۱۳۹۲) گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران، انتشارات سمت، چاپ هشتم.

- تاجیک، حمیده (۱۳۹۶)، نقش مدیریت شهری در توسعه گردشگری پایدار شهر گرگان، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما، جناب آقای دکتر محمدباقر مسعودی، موسسه آموزش عالی حکیم جرجانی گرگان.

- تقوایی، مسعود، صفرآبادی، اعظم (۱۳۹۱)، توسعه گردشگری فرهنگی با تاکید بر جاذبه‌های تاریخی (مطالعه موردی: جاذبه‌های تاریخی شهر اصفهان) برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، دوره ۴ شماره ۱۲

- تقوایی، مسعود، صفرآبادی، اعظم (۱۳۸۹)، نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری؛ مطالعه موردی شهر کرمانشاه، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال اول، شماره چهارم، تابستان ۱۳۹۰، صفحه ۳۵ - ۵۲.

- تقوایی، مسعود و اکبری، محمود (۱۳۸۸) مقدمه ای بر برنامه ریزی و مدیریت گردشگری شهری، اصفهان، انتشارات پیام علوی.

- تقوایی، م، صفرآبادی، ا. (۱۳۹۰) نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه گردشگری شهری مطالعه موردی - شهر کرمانشاه، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال اول، شماره چهارم، ص ۳۵-۵۲

- جهانگیری، ع. مبارکی، م (۱۳۸۳)، "ارائه چهارچوب ادراکی مناسب از کارآفرینی در بخش دولتی"، فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱ (۳) ص ۳۵-۶۰

- حاتمی نژاد، حسین و امیر شریفی (۱۳۹۴)، بررسی نقش گسترش گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهری (نمونه موردی: شهر سنندج)، نشریه گردشگری شهری، دوره ۲، شماره ۱، ۶۱-۷۴

حاجی نژاد، علی، ابوذر، باقری، فاطمه، عبدی، ناصر (۱۳۹۳) تدوین برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری روستایی ایران، فصلنامه سیاست های راهبردی و کلان، سال دوم، شماره هشتم، ص ۱۱۱ - ۱۳۵.

حاجی نژاد، علی، علی احمدی (۱۳۸۹) بررسی میزان رضایت گردشگران از تسهیلات و خدمات گردشگری رفاهی و اقامتی شهر بانه، مجموعه مقالات چهارمین کنگره بین المللی جغرافیدانان جهان اسلام زاهدان، صباغ کرمانی، مجید ۱۳۸۰، اقتصاد منطقه ای (تئوری و مدل ها) انتشارات سمت.

حاتمی نژاد، حسین، شیخی، عبدالله، رحمتی، خسرو، شریف زاده، ابراهیم (۱۳۹۴) برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهرستان بانه، نشریه: گردشگری شهری، دوره دوم، شماره ۲، ص ۱۶۷ - ۱۹۰.

حسینی، سید نیره، (۱۳۹۳) بررسی رابطه ی ویژگی ها و مهارت های کارآفرینی با کارآفرینی سازمانی و نوآوری سازمانی در کارکنان شهرداری استان گلستان، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: دکتر مریم تقوایی یزدی، دانشگاه آزاد واحد علی آباد.

حق شناس، اصغر، جمشیدیان، مهدی، شمائی، علی، یزدان شناس، شاهین و آرش، (۱۳۸۶) الگوی کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی ایران، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال دوم، شماره ۸.

حاجی پور، منصور (۱۳۹۴) رویکردها و دیدگاه ها به توسعه گردشگری

حیدری، رحیم (۱۳۸۹) مبانی برنامه ریزی گردشگری، تهران: انتشارات سمت.

خاوریان گرمسیر، امیررضا، استاوس، ژاکلین ام، علیان، مهدی (۱۳۹۲) برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری با استفاده از مدل SOAR (مطالعه موردی: شهر تفت) فصلنامه برنامه ریزی و آمایش فضا (مدرس علوم انسانی)، دوره هفدهم، شماره ۳، ص ۱۲۷ - ۱۴۳.

حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۸۶) مقدمه بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران، انتشارات سمت.

- حسام‌مهدی، رضوانی. محمدرضا، فرجی سبکبار حسنعلی، باستانی سوسن، (۱۳۹۵) سنجش وضعیت توسعه کارآفرینی گردشگری در مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای بخش لاریجان شهرستان آمل) پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره ۴۸، شماره ۴، ص ۶۱۶-۶۰۳

- خسروبیگی بر چلوبی، علی اکبر؛ شایان، حمید؛ درویشی، حسن (۱۳۹۲). بررسی سطح کیفی خدمات گردشگری و تاثیر آن در جذب گردشگری در مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری در محور شیراز- یاسوج) مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال سوم، شماره ۷، ص ۲۷-۱

- خادمی، امیر حسین؛ توکلی، میثم؛ فرهادخواه، حسین (۱۳۹۳) تحلیل عوامل موثر بر گردشگری گسترش با رویکرد توسعه پایدار شهر کلاردشت با استفاده از مدل (SWOT)، مجموعه مقالات ششمین کنفرانس بین‌المللی برنامه ریزی و مدیریت شهری تأکید بر مرزفیه های شهر اسلامی مشهد، آبان ۱۳۹۳، شورای اسلامی شهر مشهد.

- خادم الحسینی، ا.، بقام، (۱۳۹۴) نقش شورای شهر و شهرداری در توسعه گردشگری شهری نمونه موردی شهر شیراز، دومین همایش ملی گردشگری، سرمایه های ملی و چشم انداز آینده

- خاکی، غلامرضا. (۱۳۸۸)، روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی، تهران، انتشارات بازتاب.

- دبیر انجمن علمی اقتصاد شهری، خبرگذاری ایسنا

- درانی، کمال، مرادی، حجت‌الله. (۱۳۸۸)، مبانی و اصول کارآفرینی، نشر دانشگاه هرمزگان، چاپ اول.

- دلاور، علی (۱۳۸۰) مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی، تهران، انتشارات رشد.

- دلاور، علی (۱۳۸۵) راهنمای تحقیق و ارزشیابی، تهران انتشارات ارسباران.

- دلاور، علی، (۱۳۸۴) روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی، تهران نشر ویرایش

- دیو سالار اسدالله، توکلی، میثم، خادمی، امیرحسین (۱۳۹۳) نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار

گردشگری (مطالعه موردی: شهر نور)، مجموعه مقالات سومین کنفرانس بین المللی برنامه ریزی و

مدیریت شهری با تاکید بر مولفه های شهری شهر اسلامی، شهر مشهد، آبان ۱۳۹۳.

- دانش جعفری، داود؛ باباخانی، جعفر؛ کریمی اسبوئی، سمانه (۱۳۹۲)، ارزیابی پایداری منابع مالی و

درآمدی شهرداری تهران. فصلنامه مدیریت و اقتصاد شهری، (۹۳) شماره ۷، ۳۴-۱۵

- دیناری، احمد (۱۳۸۷) گردشگری شهری در ایران و جهان، مشهد، انتشارات واژگان خرد،

ویرایش اول.

- زیاری، کرامت اله؛ مهدی، عهی؛ مهدیان بهمنمیری، معصومه (۱۳۹۲)، مطالعه و شناخت منابع مالی و

زرائع راهکارهایی برای بهبود پایداری درآمد شهرداری ها؛ مورد پژوهش شهرداری مهاباد. مدیریت

شهری، ۶(۳۱) ۱۲۴-۱۰۷.

- رهنمایی، محمدتقی؛ ملک نیا، محبوبه؛ جهانیان، منوچهر (۱۳۹۰)، نقش محورهای فرهنگی و تاریخی

منطقه ۱۲ در توسعه گردشگری شهر تهران. مجله نگرش های نو در جغرافیای انسانی. شماره ۸۳، ۱۲-

۱۰۲

- رضوانی، محمدرضا؛ طیبی، صدراله؛ حاتمی نژاد، حسین (۱۳۹۲)، نقش رویدادهای فرهنگی در اقتصاد

گردشگری با تأکید بر مدل LQ (مطالعاتی مورد: نمایشگاه بین المللی کتاب تهران، ۲۰۷) (۱۳۹۲): ۱۶۳-

- رئیسی، ابوبکر؛ شیهکی تاش، مهیم؛ سالارزهی، حبیب الله؛ ولی نفس، عبدالعزیز (۱۳۹۵)، شناسایی

و اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی (مطالعه موردی:

شهرستان سرباز)، راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی / سال سوم / شماره ۶ / پاییز و زمستان ۱۳۹۵، ص

۵۱-۵۸

- رضوانی، محمدرضا و بیات، ناصر (۱۳۹۳)، تحلیل جایگاه گردشگری روستایی در برنامه های کلان

توسعه ی کشور با تأکید بر برنامه های پنج ساله ی توسعه ی ملی، مجله برنامه ریزی و توسعه ی

گردشگری، سال ۴، شماره ی ۹: ۱۱-۳۰

-رنجبران، بهرام، زاهدی، محمد (۱۳۹۳) شناخت گردشگری، ویرایش دوم، اصفهان: انتشارات

چهارباغ.

- رضوانی، مهران؛ طغرایبی، محمدتقی (۱۳۸۷)، نقش آفرینی سرمایه اجتماعی سازمانی در گرایش به

نوآوری سازمانی در شرکت های دانش بنیان (مورد مطالعه: شرکت های مستقر در پارک علم و فناوری

دانشگاه تهران) فصلنامه پژوهش نامه مدیریت، دوره ۳، شماره ۶

- رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۹) جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیام نور.

- رستگار، موسی، غلامی، محمد زمانی، مینا، مقدم، معصومه (۱۳۹۰) تحلیل عوامل موثر بر گسترش

گردشگری پایدار شهری با استفاده از مدل سوات (نمونه موردی: زنجان) مجموعه مقالات همایش بین

المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار مرودشت، ص ۱۴۸ - ۱۶۰.

- رستمی، فرحناز، زارعی، کبری (۱۳۹۰) گردشگری روستایی، حلقه گمشده توسعه روستایی،

مجموعه مقالات همایش ملی صنایع فرهنگی و نقش آن در توسعه پایدار کرمانشاه، اسفند ۱۳۹۰،

دانشگاه آزاد اسلامی.

- رکن الدین، افتخاری، عبدالرضا، قادری، اسماعیل (۱۳۸۱) نقش گردشگری روستایی در توسعه

روستایی (نقد و تحلیل چارچوب های نظری های) مجله علوم انسانی برنامه ریزی و آمایش فضا،

دوره ششم شماره ۲، ص ۲۳ - ۴۰.

- رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۵) جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات پیام نور، چاپ ششم.
- رضوانی، محمدرضا؛ بیات، رضا (۱۳۹۳) تحلیل جایگاه گردشگری روستایی در برنامه های کلان توسعه کشور (با تاکید بر برنامه های ۵ ساله توسعه ملی)، فصلنامه برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره ۹، صفحه ۱۱-۳۰.
- رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷) توسعه گردشگری روستایی، انتشارات دانشگاه تهران.
- رضاییان، علی (۱۳۸۰) مبانی سازمان و مدیریت، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها، انتشارات سمت.
- رضاییان، علی، (۱۳۹۰)؛ مبانی مدیریت رفتار سازمانی، چاپ یازدهم، انتشارات سمت، تهران.
- رضاییان، علی (۱۳۸۴)، انتظارات عدالت و عدالت در سازمان مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی، دانشگاه ها، انتشارات سمت، ص ۶۱ - ۶۹.
- سعیدی مهرآباد؛ محمد مهدی، محمد علی (۱۳۸۷)، تاثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه) مطالعه موردی :آموزش های کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی (، مجله توسعه کارآفرینی، سال اول، ش ۲، ص ۷۳-۵۷
- ساروخانی، باقر و امانی کلازیجانی، امرالله، (۱۳۸۵) سرمایه اجتماعی، ابعاد، دیدگاهها و شاخصها، بی جا.
- سقایی، مهدی (۱۳۹۲) گردشگری شهری در نگاهی به مشهد، [www. Touristy .blogfa .com/post-118.aspx](http://www.Touristy.blogfa.com/post-118.aspx)
- سقایی، مهدی (۱۳۹۳) تحلیل استراتژیک عرصه خدمات رفاهی گردشگری مذهبی در کلان شهر مشهد (با تاکید بر مدیریت کیفیت منسجم گردشگری مذهبی) در مجموعه مقالات ششمین کنفرانس

ملی برنامه ریزی و مدیریت شهری با تاکید بر مولفه های شهر اسلامی مشهد، آبان ۱۳۹۳، شورای اسلامی شهر مشهد.

- سید نقوی، میر علی؛ عبدالله پور، مونا (۱۳۸۹) "رابطه بین مدیریت استراتژیک منابع انسانی و کارآفرینی سازمانی" توسعه کارآفرینی، سال ۳، شماره ۹.

- سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان گلستان (۱۳۹۳) www.gorganchto.ir بازیابی از اینترنت ۱۴/۵/۹۳. ۲۰:۱۰

- سازمان جهانی گردشگری (۱۳۷۹)، برنامه ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه ای، ترجمه دکتر بهرام رنجبریان - محمد زاهدی، انتشارات جهاد دانشگاهی، اصفهان.

- سلطانی نژاد، مهدیه؛ وثوقی، لیلا (۱۳۹۴)، بررسی ظرفیت های کارآفرینی در گردشگری (مطالعه موردی: استان کرمان)، همایش فرهنگ، گردشگری و هویت شهری، ص ۱۴-۱.

- سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس؛ حجازی، الهه (۱۳۸۶)، روش های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، انتشارات آگاه.

- سلطانی نژاد، مهدیه؛ وثوقی، لیلا (۱۳۹۴) بررسی ظرفیت های کارآفرینی در گردشگری (مطالعه موردی: استان کرمان)، همایش فرهنگ، گردشگری و هویت شهری، ص ۱۴-۱.

- سرایی، محمد حسین؛ حیدری چیانه، رحیم پور، میثم؛ شاکری، یونس (۱۳۹۳) ارائه الگوی فضایی جهت تعیین مسیرهای ویژه ی گردشگری شهری (نمونه: شهر شیراز) مجله برنامه ریزی و توسعه

گردشگری، سال سوم، شماره ۱۰، ص ۱۴۷-۱۶۱

- شماعتی، علی؛ موسوی وند، جعفر (۱۳۹۲) سطح بندی شهرستان های اصفهان با استفاده از سیستم

gis. مجله علوم انسانی - برنامه ریزی و آمایش فضا، دوره ششم، شماره ۴، ص ۹۵ - ۱۱۴.

- شماعی، علی (۱۳۷۸) نقش جهانگردی در فرآیند همگرایی و توسعه فرهنگی کشورهای اسلامی،
مجله نامه پژوهش، شماره ۱۱، صفحه ۱۰۶-۸۱.

- شکوهی، حسین؛ موحد، علی (۱۳۸۱) شناخت الگوی فضای توریستی شهر اصفهان با استفاده از
سیستم GIS. مجله علوم انسانی- برنامه ریزی و آمایش فضا، دوره ششم، شماره ۴، ص ۹۵-۱۱۴.

- شیعه، اسماعیل (۱۳۸۲) لزوم تحول مدیریت شهری در ایران، مجله جغرافیا و توسعه، زاهدان.

- شفیعی اردستانی، لیلا؛ رحمانی، الهه (۱۳۸۵) معماری پایدار کویر، همایش علمی منطقه ای
معماری کویر در دانشگاه آزاد اردستان.

شرزه ای، غلامعلی؛ ماجد، وحید (۱۳۹۰)، تأمین مالی پایدار شهر، چگونگی تأمین مالی به منظور
توسعه پایدار شهری، اولین کنفرانس اقتصاد شهری ایران، مشهد، <http://www.civilica.com/paper-URBANECONOMICSS01-URBANECONOMICS01-011.html>، دانشگاه

فردوسی مشهد

- شربتیان، محمدحسن (۱۳۹۰)، تأملی بر گردشگری شهری در ایران و آرایه راهکارهایی در جهت
توسعه پایدار این صنعت شهری، اولین همایش بین المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار،
مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، http://www.civilica.com/Paper-TMSD01-TMSD01_077.html.

- شرزه ای، غلامعلی (۱۳۸۷)، شناخت و تحلیل پایداری اقلام درآمدی شهرداری های کشور،
دوفصلنامه مدیریت شهری، شماره ۲۰، ۲۳-۳۷.

- صرافی، مظفر و همکاران (۱۳۷۹) مفهوم مبانی و چالش های مدیریت شهری فصلنامه مدیریت
شهری، شماره ۲، سازمان ها و دهیاری های کشور تهران سازمان شهرداری های کشور.

- ضرغام بروجنی، حمید (۱۳۹۳) مبانی راهبردی توسعه پایدار گردشگری در جمهوری اسلامی ایران
سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، بخش امور اجتماعی و اقتصادی سازمان ملل
متحد.

- عییدی زادگان. ش، حاجی لو. م (۱۳۹۵) بررسی نقش گردشگری شهری در ایجاد فرصت های
پنهان درآمدزایی: شهرداری تهران، اولین همایش بین المللی اقتصاد شهری (با رویکرد اقتصاد
مقاومتی، اقدام و عمل)، انجمن علمی اقتصاد ایران، ۶۰۰-۵۹۱.

- عضدی، امیر؛ شریعت پناهی، طوبی و ولی، مجید (۱۳۸۹) بررسی قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و
تهدیدهای گردشگری در شمیرانات، فصلنامه علمی- پژوهشی، جغرافیای انسانی، سال دوم، شماره
۴، صفحه ۱۶۸.

- عابدی جعفری، حسین؛ پور موسوی، سید برسی؛ آنازاده، فتاح؛ بد، مهدیه (۱۳۹۰) تبیین مؤلفه
های تشکیل دهنده ی مدیریت شهری بر اساس مطالعه ساختار شهرداری ده شهر جهان، فصلنامه
مطالعات جامعه شناختی شهری، سال اول، شماره ۱، ص ۱۱۹-۲۰۲.

- عبدالهی، موسوی، (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی در ایران، وضعیت موجود، آینده روبرو و امکان
شناسی تبار گذار، فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۲۵.

- فرجی راد، عبدالرضا، آقاجانی، سمیه (۱۳۸۸) تحلیلی نو پیرامون گردشگری و جدیدترین طبقه
بندی آن، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، سال ششم، شماره ی ۳۳، ص ۶۱-۷۲.

- فنی، زهره؛ محمد نژاد، علی (۱۳۸۸) نقش مدیریت شهری در توسعه گردشگری (مطالعه موردی:
شهر رامسر) فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره ۱۱، ص ۱۲۲-۱۰۱.

طاهرخانی، حبیب الله (۱۳۸۸) تأمین مالی طرح جامع شهر تهران (مشکلات و راهکارها). چکیده مقالات
دومین همایش مالیه شهرداری "مشکلات و راهکارها". شهرداری تهران.

- فنی، زهره؛ محمد نژاد، علی (۱۳۸۵) نقش مدیریت شهری در توسعه گردشگری (مطالعه موردی:

شهر رامسر) مطالعات مدیریت گردشگری شماره ۱۱ و ۱۲، ص ۱۰۱ - ۱۲۲.

- فرجی ملائی، امین؛ عظیمی، آزاده (۱۳۹۱)، تحلیلی بر درآمدهای پایدار شهرداریها (نمونه موردی شهر

بوئین زهرا)، اقتصاد شهر، شماره ۱۲: ۵۹-۷۲.

- قدسی پور، ح (۱۳۹۵) فرایند تحلیل سلسله مراتبی، دانشگاه امیر کبیر، ۱۳۹۵.

- قربانی، حمید؛ احمدی، سجاد؛ معرفت نیا، سارا (۱۳۹۲) نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار

گردشگری شهر بوشهر، ماهنامه پیام شبز، شماره ۱۱۲، ص ۳۳ - ۳۷.

- کاظمی، سیما؛ محمدی، یحیی؛ کاظمی، علی؛ کاظمی، تکت (۱۳۹۱) بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی

با عدالت سازمانی در شرکت های کوچک در استان خراسان جنوبی، دومین کنفرانس دانشجویی

کارآفرینی کشور.

- کاظمی، مهدی (۱۳۹۲) مدیریت گردشگری، چاپ هفتم، تهران: انتشارات سمت.

- کرمی پور، عارفه (۱۳۹۱) نقش صنعت گردشگری در توسعه اقتصاد منطقه ای شناخت امکانات و

محدودیت ها در ایران و جهان، دومین همایش ملی راهکارهای توسعه اقتصادی با محوریت برنامه

ریزی منطقه ای، دانشگاه آزاد واحد سنندج، ۶-۴

- کردنائیچ، اسدا...؛ زالی، محمدرضا؛ حیدری، هومن؛ شمس، شهاب الدین (۱۳۸۶) ابزار سنجش

ویژگیهای شخصیتی کارآفرینان ایرانی، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.

- کرمی پور، عارفه (۱۳۹۱) نقش صنعت گردشگری در توسعه اقتصاد منطقه ای با شناخت امکانات و

محدودیت ها در ایران و جهان، در مجموعه مقالات دومین همایش ملی راهکارهای توسعه اقتصادی

با محوریت برنامه ریزی منطقه ای سنندج، خرداد ۱۳۹۱، دانشگاه آزاد اسلامی.

-گریفین، مورهد(۱۳۸۳) "رفتار سازمانی" ترجمه: سید مهدی الوانی و غلامرضا معمارزاده، چاپ سوم، انتشارات مروارید.

-گرچی، محمدباقر.(۱۳۸۹) مدیریت رفتار سازمانی، انتشارات دانشگاه اسلامی واحد علی آباد کتول، چاپ دوم.

-گی چاک، وای (۱۳۸۶) جهانگردی در چشم انداز جامع، ترجمه علی پارسیان و سیدمحمد اعرابی، دفتر هم فرهنگی، چاپ دوم، تهران.

- لاله پور، منیژه؛ سرور، هوشنگ؛ سرور، رحیم(۱۳۹۱) ساختار مدیریت شهری ایران با تاکید بر تحولات کالبدی شهرها، فصلنامه جغرافیا آمایش محیط، شماره ۱۸، ص ۳۵ - ۵۸.
-لطفی، حیدر؛ عدالت خواه، فرهاد؛ میرزایی، مینو(۱۳۸۸) مدیریت شهری و جایگاه آن در ارتقای حقوق شهروندان، فصلنامه نگرش های نو در جغرافیای انسانی، سال دوم، شماره اول، زمستان ۸۸، ص ۱۰۱ - ۱۰۲.

-مبھوت.م، قدمگاهی. ن (۱۳۹۲) ارائه راهکارهایی جهت توسعه پایدار گردشگری شهر چناران با استفاده از مدل SWOT، هشتمین همایش معماری شهرسازی و توسعه ی پایدار، مشهد
-منتظری، رسول؛ خدایی، زهرا (۱۳۹۱) نقش منابع مالی پایدار در منابع درآمدی شهرداری ها، فصلنامه اقتصاد شهر، ۴(۱۳) ۲۵-۳۹

-موحد، علی (۱۳۹۴) مقدمه ای بر گردشگری شهری. انتشارات پرهام نقش. چاپ اول.

-معصومی، مسعود(۱۳۸۶) مرور تطبیقی بر برنامه ریزی گردشگری در ایران و نمونه هایی از سایر کشورها، نشریه شورای ها، سال دوم، شماره ۲۰، ص ۱۳-۷.

- مافی، عزت الله، سقایی، مهدی (۱۳۸۸) بررسی گردشگری در کلان شهرهای مذهبی (مطالعه موردی: کلان شهر مشهد) در مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای جغرافیا و توسعه پایدار شهر، شیروان، اردیبهشت ۱۳۸۸، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیروان.

- مافی، عزت الله، سقایی، مهدی (۱۳۸۶) کاربرد مدل (MS-SWOT) در تحلیل مدیریت گردشگری، (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد) مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۱۴، تابستان ۸۸، ص ۲۷ - ۵۰.

- محسنی، رضا علی (۱۳۷۸) گردشگری پایدار در ایران کارکردها چالش ها و راهکارها، مجله علمی-پژوهشی فضای جغرافیایی، سال نهم، شماره ۲۸، ص ۱۵۱.

- محمودی، وحید، ماجد، وحید (۱۳۹۱) برنامه ریزی توسعه پایدار شهری با رویکرد برنامه ریزی هسته ای - پیشنهادی برای برنامه ریزی توسعه پایدار شهری، تهران، فصلنامه سال ۲۱، شماره ۴۶، ص ۴۳ - ۷۲.

- مهنیزاده، جواد (۱۳۷۹) توسعه گردشگری از دیدگاه برنامه ریزی شهری و منطقه‌ای، ماهنامه شهرداریها، شماره ۱۵.

- مقیمی، سید محمد ا (۱۳۸۳)، "عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمان های بخش خدمات اجتماعی و فرهنگی دولتی ایران"، فصلنامه فرهنگ مدیریت، ۲(۷) ص ۲۷-۷۸

- منور ارغام، پاکزاد آزادخانی. پ، کریمی دوستان. ر، (۱۳۹۶) نقش گردشگری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری شهر ایلام، فصلنامه مطالعات عمران شهری، دور اول، شماره سوم، زمستان ۱۳۹۶، صفحات ۳۳-۱۸

- مقیمی، سید محمد (۱۳۸۳) "کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی" تهران: مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.

- معطوفی، اسدالله (۱۳۷۴) استرآباد (گرگان)، انتشارات درخشش مشهد

- معطوفی، اسدالله (۱۳۷۶) تاریخ فرهنگ و ادب گرگان و استرآباد: خلاصه از تغییر تاریخ ادبیات ایران، گرگان و استرآباد، گرگان موسسه فرهنگی و انتشارات پدیده‌ی گرگان.
- مزینی، منوچهر (۱۳۷۹) شهرداری، شوراها و مدیریت شهری در ایران، مجله مدیریت شهری، شماره دوم، ص ۵۱ - ۴۶.
- نظرزاده، بابک (۱۳۸۲) مدیریت مالی شهر مدیریت شهری و نظام نوین بودجه ریزی، فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۱۳، ص ۳۸ - ۴۵.
- نعلبندیان، جان (۱۳۸۲) آموزش مدیران شهری آینده، ترجمه فرزین پاک، شهرزاد، فصلنامه مدیریت شهری شماره ۱۵ - ۱۶ ص ۱۴ - ۲۵.
- نوربخش، سید مرتضی؛ اکبرپور، محمد (۱۳۸۹) نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی کلان شهرها، ویژه نامه اقتصاد گردشگری شهری، اقتصاد شهر، ص ۲۵ - ۲۳.
- نوربخش، سید مرتضی (۱۳۸۹). نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی کلان شهرها، تهران: فصلنامه اقتصاد شهر (ویژه نامه اقتصاد گردشگری شهری) سال دوم، شماره ۸، ص ۳۴ - ۲۰
- هرنديزاده، ا. (۱۳۸۹). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونیهای تولید کشاورزی استان اصفهان (پایاننامه کارشناسی ارشد منتشر نشده). دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
- همائی، مریم؛ کاغذلو، علی اصغر و مهدی کلاسنگیانی، ۱۳۹۴، مروری بر جایگاه شهرداریها در توسعه گردشگری شهری و گذری به قابلیت های گردشگری استان گلستان، اولین کنفرانس ملی مدیریت شهری ایران، تهران، دبیرخانه دائمی کنفرانس.
- یوسفی شه‌میر، هانیه، حسین زاده، دلیر، کریم باقری، کریم (۱۳۹۳) ارزیابی زیرساخت های گردشگری با تاکید بر محورهای ارتباطی و توقفگاه ها از دیدگاه گردشگران، (منطقه تاریخی - فرهنگی تبریز) فصلنامه فضای گردشگری، سال سوم، شماره ۱۲، صفحه ۲۵ - ۴۴.

- یدالهی فارسی، جهانگیر، جانثاری، سید امیر و زمانی، محسن (۱۳۸۷)، "بررسی کارآفرینی درون سازمانی در سازمان های دولتی (مطالعه موردی در استان خوزستان)"، فصلنامه توسعه کارآفرینی، (۱) ص ۱۷۱-۲۰۶

منابع لاتین

- Andranovich G. Burbank M.J and Heying C.H. (2006). Olympic cities: lessons learned from mega-events politics. *the journal of Urban Affairs*. vol 23. issue 2. pages 113-131.
- Amabile. T.M. (2008) A model of creativity and innovation in organization in B.M. Staw and D.L. Lounsbury (Eds), *research in organizational behavior*. vol 10, pp. 123-167.
- Aboubakr Reisi¹, Mohim Sheihaki Tash², Habibollah Salarzahi³ and Abdulaziz valinafs⁴, Identification and Prioritization of Factors Affecting Agricultural Entrepreneurship in Rural Areas (Study Case: Sarbaz County) *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture* Vol. 3, No. 6, Autumn and Winter 2016, pp 58-51.
- Belousova, O., Gailly, B. and Basso, O. (2010), "A conceptual model of corporate entrepreneurial behavior (Interactive paper)", *Journal of Frontiers of Entrepreneurship Research*, 30 (17), pp. 1- 14.
- Chang, S.C, Lee, M.S. (1999) Relationships among personality traits, job characteristics, job satisfaction and organizational commitment –an empirical study in Taiwan, *the Business Review*, 6. 201-207.
- Carlsson, B. Braunerhjelm, P.M. Olofsson, CH, person, I. Ylinenpaa. H. (1982). The evolving domain of entrepreneurship research, 14th international Joseph Schumpeter conference, Brisbane. Australia.
- Chen, J., Zhu, Z. and Anquan, W. (2005), "A system model for corporate entrepreneurship", *International Journal of Manpower*, 26 (6), pp. 529- 543.
- Covin, J.G. and Slevin, D.P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 16(1): 7-25.
- Davidsson. P. & Wiklund. J. (2001) levels of analysis in entrepreneurship research : current research practice and suggestion for the future. *Entrepreneurship theory and practice*. vol 26. no 4.
- Dale Miller (2006) ,strategic human resource management in department stores: An historical perspective " *Journal of Retailing and Consumer Services* , vol 8, pp 99-109

- Fry, F. (1993). *Entrepreneurship: A planning approach*. United States: South-Western Educational Publisher.
- Gunday g.Ulusoy g.Killic.k&Alpkan.l.(2011) Effect of innovation types on firm performance .int.J.production Economic.123,662-676.
- Cigu, E., & Romania, I. (2014). An approach of local financial autonomy and implication over sustainable development in the knowledge society. *Journal of Public Administration, Finance and Law*, Issue 6, 44-53.
- Habibi, A. & Sarafrazi, A. and Izadyar, S. (2014). Delphi technique theoretical framework in qualitative research. *The International Journal of Engineering and Science*, 3(4), 8-13.
- Hisrich, R. and Shepherd, D. (2005). *Entrepreneurship*, Boston: McGraw-Hill Publisher. Interactive model of corporate Entrepreneurship process, Entrepreneurship theory and action. 17(2) pp 29-37.
- Heidari Sarban, V. 2012. Factors affecting agricultural entrepreneurship in rural areas: case study of Meshkinshahr city. *Journal of Iranian Geography Association*, the new period, Tenth Year, No. 35 (In Persian).
- Jeffrey B.Arthur ,Trish boyles,(2007) ."Validating the human resource system structure: A levels-based strategic HRM approach". *Human Resource Management Review*, vol 17, pp 77-92.
- Kuratko, D., Hornsby, J. and Bishop, J. (2005), "Managers' corporate entrepreneurial actions and job satisfaction", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1 (2), pp. 275- 291
- Khoshkam, M. Marzuki, A. Al-Mulali, U. 2016. Socio-demographic effects on Anzali wetland tourism development. *Journal of tourism management*. vol 54(2016), 96-106
- Linston, H.A., & Turoff., M. (1975). *Introduction to The Delphi Method: Techniques and Applications*, Edited by Harold A. Linston and Murray Turoff, London: Addison-Wesley.
- López González, M., & Mesa Callejas, R. J. (2008). Improved local public finance: the case of the municipality of Medellín, 2002-2005. *Cuadernos de Administración*, 21(35), 327-351.
- McClelland, D.C., (1961), *The Achieving Society*, Princeton: Van Nostrand.
- Schumpeter, J. (2001) *The theory of Economic Development*, cam

- Moghimi, M. (2007), "Corporate entrepreneurship: Obstacles and alternatives (The Case of Industrial Corporations in Iran)", *Journal of Entrepreneurship Research*, 1 (2), pp. 87- 119.
- Moradnejadi, H. 2007. Analysis of structures affecting the development of entrepreneurship in greenhouse production units in Iran, *Iranian Journal of Agricultural Sciences, Especial For Agricultural Economics and Development*, 38(2): 219-226 (In Persian).
- Mccline R.I(2004) opportunity Recognition: an exploratory investigation of a component of the entrepreneurial process in the context of the health care industry: Theory and practice". *Tertiary education management*,25,2,81-94
- Nabi Zadeh Zolpirani, M., S.A. Hosseini Yekani and R. Heidari Kamalabadi. 2015. Factors Affecting the Agricultural Entrepreneurship Motivation (Case Study: Guilan Province), *Journal of Entrepreneurship and Kishlorousi*, Second Year, No 3 (In Persian).
- Powell, C. (2003). The Delphi Technique: Myths and Realities", *Methodological Issues in Nursing Research*, Vol.41, Issue 4.
- Pluijm, R. Melissen, J. (2007). *City Diplomacy: The Expanding Role of Cities in International Politics*. Netherlands. Institute Of International Relations, Clingendael.
- Organisation for Economic Co-operation and development. 2015. OECD Economic survey Brazil :overview. <https://www.oecd.org/eo/surveys/Brazil-overview2015>. 12.
- Okoli, C., & Pawlowski, S.D. (2004). The Delphi Method as a Research Tool: An Example, Design Considerations and Applications, *Information & Management*, Vol.42, Issue 1.
- Scheepers, M., Hough, J. and Bloom. J. (2008), "Nurturing the corporate entrepreneurship capability", *Journal of Southern African Business Review*, 12 (3), pp. 50- 75.
- T.R. Ministry of Culture and Tourism. (2007). *Tourism Strategy of Turkey -2023*. Ankara: The General Directorate of Investment and Establishments.
- Ture. (2012) Effects of some environmental challenges and centralization on the entrepreneurial orientation and performance of public service industries management journal. 22(2):43-58.
- Urbano, D., N. Domingo and R. Soriano. 2011. Socio-cultural factors and transnational entrepreneurship: A multiple case study in Spain. *International Small Business Journal* London: Apr. 29(2):119-127.

-Uysal,E.(2015).*Urban Tourism in Istanbul: regeneration, mega- events and city marketing and branding*.Helsinki :Department of social research.2014 ,vol 46.

-Yousefi, Z., N. Naderi, B. Rezaei and N. Shiri. 2015. Study and Prioritization of Experts Viewpoints of Agricultural Jihad Organization in Kermanshah Province on the Factors Affecting the Development of Agricultural Entrepreneurship in Rural Areas, Employer's Strategies in Agriculture, 2(4): 61-53 (In Persian).



ضمائم



0

1999
11

* پرسشنامه *

پاسخ دهنده محترم

با سلام و آرزوی موفقیت برای شما

پرسشنامه شماره ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶ که به پیوست تقدیم می‌گردد بخشی از یک تحقیق علمی می‌باشد که بعنوان طراحی الگوی شهرداری کارآفرین با رویکرد توسعه گردشگری. جنابعالی بعنوان یک فرد کارشناس (خبیره) انتخاب شده‌اید، یقیناً دستیابی به نظرات شما برای اعتبار بخشی به یافته‌های پژوهش بسیار مفید خواهد بود از این رو امید است که مساعدت خویش را در تکمیل پرسشنامه دریغ نفرمایید.

با تشکر فراوان

مشخصات فردی :

۱. جنسیت الف) مرد ب) زن
۲. سن ۲۵ سال به پایین ۳۵ تا ۲۶ سال ۴۷ تا ۳۶ سال ۴۷ سال به بالا
۳. وضعیت تاهل الف) مجرد ب) متاهل
۴. سابقه خدمت ۵ سال کمتر ۱۰ تا ۶ سال ۱۵ تا ۱۱ سال ۲۰ تا ۱۶ سال
۵. میزان تحصیلات ۲۵ تا ۲۱ سال ۳۰ تا ۲۶ سال ۳۰ سال به بالا
- زیر دیپلم دیپلم فوق دیپلم لیسانس فوق لیسانس فوق لیسانس به بالا

پرسشنامه ۱: تعیین میزان اهمیت (وزن) هریک از عوامل اصلی:

درجه اهمیت در مقایسه زوجی عوامل اصلی								دو عامل الف و ب را با یکدیگر بصورت زوجی (جفتی) مقایسه کنید. با کشیدن خط زیر آن، مشخص کنید کدامیک مهم تر هستند. تذکره مهم: در صورتیکه هر دو عامل از نظر اهمیت یکسان است، زیر هر دو عامل خط بکشید. و گزینه اهمیت برابر یا عدم ترجیح (۱) را علامت بزنید.		
اهمیت برابر یا عدم ترجیح	بین عدم ترجیح و نسبتاً مهمتر	نسبتاً مهم تر	بین نسبتاً مهم تر و مهم تر	مهم تر	بین مهم تر و خیلی مهم تر	خیلی مهم تر	بین خیلی مهم تر و بی نهایت مهم تر	بی نهایت مهم تر	عوامل اصلی مورد مقایسه زوجی (جفتی)	ردیف
									الف- اقتصادی ب- اجتماعی	۱
									الف- اقتصادی ب- محیطی	۲
									الف- اقتصادی ب- رفتاری	۳
									الف- اقتصادی ب- ترویجی	۴
									الف- اجتماعی ب- محیطی	۵
									الف- اجتماعی ب- رفتاری	۶
									الف- اجتماعی ب- ترویجی	۷
									الف- محیطی ب- رفتاری	۸
									الف- محیطی ب- ترویجی	۹
									الف- رفتاری ب- ترویجی	۱۰

پرسشنامه ۲: تعیین میزان اهمیت (وزن) هریک از عوامل فرعی اقتصادی:

درجه اهمیت مقایسه زوجی عوامل فرعی اقتصادی								ردیف
اهمیت برابر یا عدم ترجیح	بین عدم ترجیح و نسبتاً مهمتر	نسبتاً مهمتر	بین نسبتاً مهم تر و مهم تر	مهم تر	بین مهم تر و خیلی مهم تر	خیلی مهم تر	بین خیلی مهم تر و بی نهایت مهم تر	بی نهایت مهم تر
								عوامل فرعی اقتصادی مورد مقایسه زوجی (جفتی)
								۱ الف- تجاری سازی ایده ها بازارهای شهری ب- توزیع کافی اعتبارات در منطقه
								۲ الف- تجاری سازی ایده ها بازارهای شهری ب- اقتصاد هوشمند شهری
								۳ الف- تجاری سازی ایده ها بازارهای شهری ب- ابزار و مکانیزم های پولی و مالی
								۴ الف- تجاری سازی ایده ها بازارهای شهری ب- فراهم بودن سرمایه و بنیه مالی
								۵ الف- توزیع کافی اعتبارات در منطقه ب- اقتصاد هوشمند شهری
								۶ الف- توزیع کافی اعتبارات در منطقه ب- ابزار و مکانیزم های پولی و مالی
								۷ الف- توزیع کافی اعتبارات در منطقه ب- فراهم بودن سرمایه و بنیه مالی
								۸ الف- اقتصاد هوشمند شهری ب- ابزار و مکانیزم های پولی و مالی
								۹ الف- اقتصاد هوشمند شهری ب- فراهم بودن سرمایه و بنیه مالی
								۱۰ الف- ابزار و مکانیزم های پولی و مالی ب- فراهم بودن سرمایه و بنیه مالی

پرسشنامه ۳: تعیین میزان اهمیت (وزن) هریک از عوامل فرعی اجتماعی:

درجه اهمیت مقایسه زوجی عوامل فرعی اجتماعی								ردیف
اهمیت برابر یا عدم ترجیح	بین عدم ترجیح و نسبتاً مهمتر	نسبتاً مهم تر	بین نسبتاً مهم تر و مهم تر	مهم تر	بین مهم تر و خیلی مهم تر	خیلی مهم تر	بین خیلی مهم تر و بی نهایت مهم تر	عوامل فرعی اجتماعی مورد مقایسه زوجی (جفتی)
								۱ الف- طرز تفکر مناسب کارمندان <input type="checkbox"/> ب- تأمل به نهادها <input type="checkbox"/>
								۲ الف- طرز تفکر مناسب کارمندان <input type="checkbox"/> ب- پشتکار و ایستادگی <input type="checkbox"/>
								۳ الف- طرز تفکر مناسب کارمندان <input type="checkbox"/> ب- به کارگیری خلاقیت شخصی <input type="checkbox"/>
								۴ الف- طرز تفکر مناسب کارمندان <input type="checkbox"/> ب- فرهنگ شهروندی <input type="checkbox"/>
								۵ الف- تأمل به نهادها <input type="checkbox"/> ب- پشتکار و ایستادگی <input type="checkbox"/>
								۶ الف- تأمل به نهادها <input type="checkbox"/> ب- به کارگیری خلاقیت شخصی <input type="checkbox"/>
								۷ الف- تأمل به نهادها <input type="checkbox"/> ب- فرهنگ شهروندی <input type="checkbox"/>
								۸ الف- پشتکار و ایستادگی <input type="checkbox"/> ب- به کارگیری خلاقیت شخصی <input type="checkbox"/>
								۹ الف- پشتکار و ایستادگی <input type="checkbox"/> ب- فرهنگ شهروندی <input type="checkbox"/>
								۱۰ الف- به کارگیری خلاقیت شخصی <input type="checkbox"/> ب- فرهنگ شهروندی <input type="checkbox"/>

پرسشنامه ۴: تعیین میزان اهمیت (وزن) هر یک از عوامل فرعی محیطی:

درجه اهمیت مقایسه زوجی عوامل فرعی محیطی								دو عامل الف و ب را با یکدیگر بصورت زوجی (جفتی) مقایسه کنید. با کشیدن خط زیر آن، مشخص کنید کدامیک مهم‌تر هستند. تذکر مهم: در صورتیکه هر دو عامل از نظر اهمیت یکسان است، زیر هر دو عامل خط بکشید. وگزینه اهمیت برابر یا عدم ترجیح (۱) را علامت بزنید.
اهمیت برابر یا عدم ترجیح	بین عدم ترجیح و نسبتاً مهم‌تر	نسبتاً مهم‌تر	بین نسبتاً مهم‌تر و مهم‌تر	مهم‌تر	بین مهم‌تر و خیلی مهم‌تر	خیلی مهم‌تر	بین خیلی مهم‌تر و بی نهایت مهم‌تر	ردیف
								عوامل فرعی محیطی مورد مقایسه زوجی (جفتی)
								الف- دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی <input type="checkbox"/> ب- پویایی گروهی در سازمان دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری <input type="checkbox"/>
								الف- دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی <input type="checkbox"/> ب- توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه <input type="checkbox"/>
								الف- دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی <input type="checkbox"/> ب- وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده <input type="checkbox"/>
								الف- دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی <input type="checkbox"/> ب- گسترش امکانات زندگی در منطقه <input type="checkbox"/>
								الف- پویایی گروهی در سازمان دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری <input type="checkbox"/> ب- توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه <input type="checkbox"/>
								الف- پویایی گروهی در سازمان دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری <input type="checkbox"/> ب- وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده <input type="checkbox"/>
								الف- پویایی گروهی در سازمان دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری <input type="checkbox"/> ب- گسترش امکانات زندگی در منطقه <input type="checkbox"/>
								الف- توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه <input type="checkbox"/> ب- وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده <input type="checkbox"/>
								الف- توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه <input type="checkbox"/> ب- گسترش امکانات زندگی در منطقه <input type="checkbox"/>
								الف- وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده <input type="checkbox"/> ب- گسترش امکانات زندگی در منطقه <input type="checkbox"/>

پرسشنامه ۵: تعیین میزان اهمیت (وزن) هریک از عوامل فرعی رفتاری:

درجه اهمیت در مقایسه زوجی عوامل فرعی رفتاری								ردیف
اهمیت برابر یا عدم ترجیح	بین عدم ترجیح و نسبتاً مهمتر	نسبتاً مهمتر	بین نسبتاً مهم تر و مهم تر	مهم تر	بین مهم تر و خیلی مهم تر	خیلی مهم تر	بین خیلی مهم تر و بی نهایت مهم تر	عوامل فرعی رفتاری مورد مقایسه زوجی (جفتی)
								۱ الف- فرصت شناسی <input type="checkbox"/> ب- داشتن توانایی تصمیم گیری <input type="checkbox"/>
								۲ الف- فرصت شناسی <input type="checkbox"/> ب- مسئولیت پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملايمات <input type="checkbox"/>
								۳ الف- فرصت شناسی <input type="checkbox"/> ب- داشتن سلامت روحی و روانی <input type="checkbox"/>
								۴ الف- داشتن توانایی تصمیم گیری <input type="checkbox"/> ب- مسئولیت پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملايمات <input type="checkbox"/>
								۵ الف- داشتن توانایی تصمیم گیری <input type="checkbox"/> ب- داشتن سلامت روحی و روانی <input type="checkbox"/>
								۶ الف- مسئولیت پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملايمات <input type="checkbox"/> ب- داشتن سلامت روحی و روانی <input type="checkbox"/>

پرسشنامه ۶: تعیین میزان اهمیت (وزن) هریک از عوامل فرعی ترویجی:

درجه اهمیت در مقایسه زوجی عوامل فرعی ترویجی							دو عامل الف و ب را با یکدیگر بصورت زوجی (جفتی) مقایسه کنید. با کشیدن خط زیر آن، مشخص کنید کدامیک مهم تر هستند. تذکر مهم: در صورتیکه هر دو عامل از نظر اهمیت یکسان است، زیر هر دو عامل خط بکشید. وگزینه اهمیت برابر یا عدم ترجیح (۱) را علامت بزنید.
رتبه	عوامل فرعی ترویجی مورد مقایسه زوجی (جفتی)						
	اهمیت برابر یا عدم ترجیح	بین عدم ترجیح و نسبتاً مهمتر	نسبتاً مهمتر	بین نسبتاً مهم تر و مهم تر	مهم تر	بین مهم تر و خیلی مهم تر	
					خیلی مهم تر	بین خیلی مهم تر و بی نهایت مهم تر	
۱						الف- برگزاری دوره های آموزشی مهارتی <input type="checkbox"/> ب- وجود انجمن های کارآفرینی سازمانی در منطقه <input type="checkbox"/>	
۲						الف- برگزاری دوره های آموزشی مهارتی <input type="checkbox"/> ب- آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی <input type="checkbox"/>	
۳						الف- برگزاری دوره های آموزشی مهارتی <input type="checkbox"/> ب- داشتن دانش مربوط به کارآفرینی <input type="checkbox"/>	
۴						الف- وجود انجمن های کارآفرینی سازمانی در منطقه <input type="checkbox"/> ب- آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی <input type="checkbox"/>	
۵						الف- وجود انجمن های کارآفرینی سازمانی در منطقه <input type="checkbox"/> ب- داشتن دانش مربوط به کارآفرینی <input type="checkbox"/>	
۶						الف- آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی <input type="checkbox"/> ب- داشتن دانش مربوط به کارآفرینی <input type="checkbox"/>	

Abstract

The entrepreneurial municipality is one of the new ways to achieve sustainable development and the tourism sector is one of the most important parts of the urban economy and it is the basis for its growth and development. Tourism is an industry that can strengthen the economy of each province more desirably. The main goal of the present research is to design an entrepreneurial municipality model with an emphasis on tourism industry. The entrepreneurial municipality model can promote the development of the tourism industry and increase sustainable incomes for the municipality, reduce unemployment and economic prosperity, and improve the quality of life of the people and increase social welfare. In order to achieve the goal, a combination research method (descriptive-analytical) was used. The research elements were used based on the opinion of 30 experts of the municipality, university professors and managers of the cultural and tourism heritage organization of Gorgan in 2017-18. The basis of snowball sampling was selected. For quantitative research, structural equation method was used using Hierarchical Hierarchy Process Analysis (AHP) software. For inferential statistics based on Morgan sampling, out of 300 population of the sample population, 196 people were selected. The method of data collection in this research the questionnaire was done by simple random sampling. In this study, 23 components were designed and tested in the form of five dimensions: economic, social, environmental, extensional and behavioral. From the obtained results it can be deduced that in identifying the dimensions and effective variables, the promotion factor of familiarity with channels And information sources with a relative weight of 0.155 on level one, the existence of organizational entrepreneurship associations in the region with a relative weight of 0.143 in the second rank, having knowledge about entrepreneurship with a relative weight of 0.126 in the third rank and having the ability Decisions with a relative weight of 0.091 are in the ranking and accountability and ability to withstand prejudices with a relative weight of 0.069 in the fifth rank and so on. Access to information resources and general knowledge with a relative weight of 0.008 at the 21st rank and expansion of living facilities in the region with a relative weight of 0.007 in the twenty-second rank and the economic factor of the availability of capital and financial resources with a relative weight of 0.005 at level twenty-three are effective at the municipality of entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship Municipality, Dimensions and Components, Townscapes, Tourism Development



Islamic Azad University

Aliabad Katoul Branch

Faculty of Management and Accounting

PHD Thesis

Entrepreneurship-Development

Subject:

**Designing an entrepreneurial municipality pattern
with emphasis on tourism industry**

Supervisor:

Dr. Majid Ashrafi

Advisors:

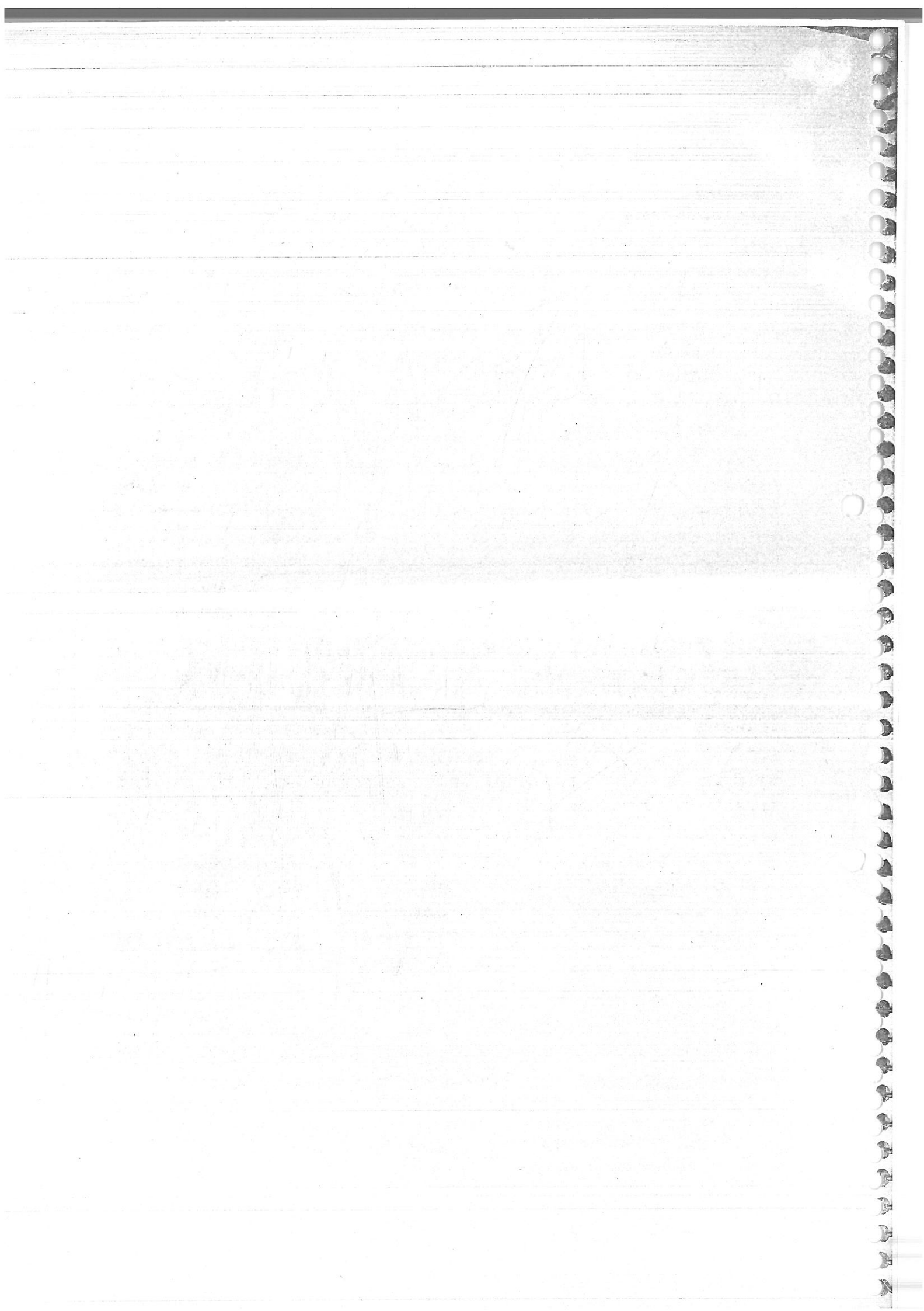
Dr. Seyed Mohammad Reza Hosseini

Dr. Mahmood Reza charghali

By:

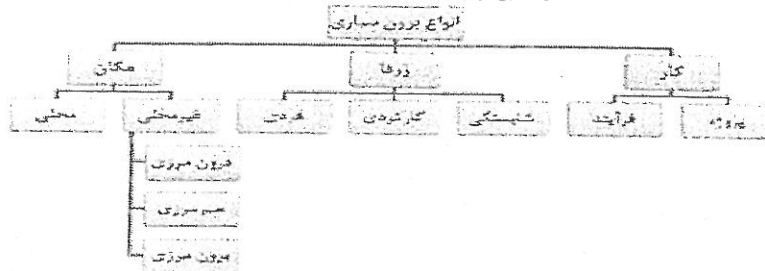
Mohammad Ebrahim Jorjani

June. 2019



مدیریت زندانها، نگهداری بزرگراه ها و جمع آوری مالیاتها، فعالیتهای واگذار شده به پیمانکاران بوده است. تقریباً در همین زمان در آمریکا و استرالیا، تحویل محموله های پستی و درفرانسه، ساخت و مدیریت خطوط راه آهن و توزیع منابع آب، برونسپاری شده اند. (آلدر^۱، ۲۰۰۳، ص ۵۵) ریشه اصطلاح برونسپاری از کلمات "بیرون" (اشاره به بیرون سازمان) و "منبع یابی" تشکیل شده که در اصطلاح، روشی است که فعالیتهای مشخصی را از سازمان بیرونی خریداری میکند. (بریمانی، ۱۳۸۳، ص ۱۲۶) برونسپاری را بعنوان فرایند انتقال مسؤلیت وظیفه ای خاص مرتبط با کسب و کار که توسط گروهی از کارکنان شرکت در حال انجام است به گروهی غیر از کارکنان شرکت تعریف می کنند. (زو و همکاران^۲، ۲۰۰۱، ص ۳۷۴) «چیس و همکارانش^۳ در سال (۲۰۰۴): برونسپاری را «عمل انتقال برخی از فعالیتهای داخلی شرکت و همچنین مسؤلیت تصمیمگیری آن فعالیتهای را به تأمین کنندگان خارجی» بیان کرده اند. طبقه بندی وسیعی از انواع برونسپاری وجود دارد که در اینجا با توجه به نموداری که در کتاب فرایند برونسپاری اثر «دکتر سید جوادین»، صفحه ی ۱۷ آمده است آنها را به اختصار شرح می دهیم، با توجه به (شکل ۱):

(شکل ۱) انواع برون سپاری (سید جوادین، ۱۳۹۰، ص ۱۷)



تحقیقات نشان میدهد که استفاده از برونسپاری باعث کاهش هزینه ها و افزایش تمرکز شرکت بر روی فعالیت اصلی و همچنین: صرفه جویی در وقت، کاهش ریسک، بهبود خدمات مشتری، ایجاد حس رقابت می شود. (چریس^۴، ۲۰۰۰، ص ۳۴) اگر حوزه و یا فعالیت برونسپاری اشتباه تعریف، انتخاب و اجرا شود میتواند تأثیرات ناخوشایندی بر سازمان بگذارد، از جمله: کاهش کنترل، تأثیر نیروی کار آنان، افزایش هزینه ها می شود. (مک گاروی^۵، ۲۰۰۶، ص ۲۳)

رضایت^۶ از نظر لغوی به معنای خرسندی و خوشنودی است. گروهی از محققان رضایتمندی را به معنای یک واکنش احساسی تعریف کرده اند. (رسول اف، سفیدی، ۱۳۷۹، ص ۱۱۶) بنا بر تعریف راپ^۷، رضایت مشتری بعنوان یک دیدگاه فردی تعریف میشود که از انجام مقایسه های دائمی بین عملکرد واقعی سازمان و عملکرد مورد انتظار مشتری ناشی میشود. (حکمت نیا و موسوی، ۱۳۸۶، ص ۱۸۳) بنابراین "رضایتمندی" احساسی مثبت است که امکان دارد به دنبال نوعی "شناخت" و "ارزیابی" بوجود آید؛ این ارزیابی، از "میزان ارضای نیاز" است که بر اساس انتظاری که از قبیل وجود داشته، شکل می گیرد. میزان رضایت از عملکرد شهرداری رامیتوان بعنوان یکی از فاکتورهای مؤثر در زمینه نگرش مثبت شهروندان و در نتیجه مشارکت مردمی باشد به بیانی ساده هرچه افراد رضایت بالاتری از عملکرد شهرداری به عنوان مهمترین نهاد متولی مدیریت شهری داشته باشند، (خداوردی و بجنوردی، ۱۳۸۹، ص ۱۰۸) بیشتر تمایل به مشارکت و همکاری از خود نشان خواهند داد و برعکس هرگونه نارضایتی از عملکرد شهرداری میتواند بر نحوی مشارکت افراد تأثیر منفی بگذارد. (معیدفر و ذهانی، ۱۳۸۴، ص ۳۶)

فرضیه ها

فرضیه اصلی: اثربخشی برون سپاری خدمات شهرداری گرگان بر بهبود رضایتمندی شهروندان مؤثر است.
فرضیه های فرعی:

۱. تعیین تیم برون سپاری در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تأثیر دارد.
۲. تعیین اهداف در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تأثیر دارد.
۳. تعیین فهرست های مالی در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تأثیر دارد.
۴. اجرای فرایند منطقی در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تأثیر دارد.
۵. انتخاب پیمانکار در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تأثیر دارد.

^۱ . McGarvey, Robert .2006

^۲ . Alder, D.203

^۳ . Schniederjans, et al., p3

^۴ . Chris.Frost,2000

^۵ . McGarvey,2006

^۶ . (Satisfaction)

^۷ . Rap



۶. ایجاد بازار رقابت در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر دارد.
 ۷. ایجاد مدیریت و اداره رابطه در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر دارد.

مدل تحلیلی پژوهش

برای انجام تحقیقات علمی و نظام مند، چارچوبی علمی و نظری مورد نیاز است که اصطلاحاً مدل مفهومی نامیده می شود. چارچوب نظری و مدل تحلیلی تحقیق شامل:

- ۱- تعیین تیم برون سپاری: اعضای تیم برونسپاری بایستی ضمن اعتقاد به موضوع، آمادگی برای کار تمام وقت و طولانی بانمایندگان بخشهای مختلف راداشته و از مهارت مذاکره و تعهد و اختیار کافی برخوردار باشند.
 - ۲- تعیین اهداف: هدفهای برون سپاری باید به دقت تعیین و تعریف و پس از کسب اتفاق نظر در بخشهای ذیربط نزد مدیریت ارشد سازمان تبیین و توجیه گردد.
 - ۳- تعیین فهرست های مالی: برآوردهزینه انجام کارها به منظور تعیین معیار مقایسه برای پیشنهادهای پیمانکاران جهت تصمیم گیری برونسپاری اهمیت زیادی دارد.
 - ۴- اجرای فرآیند منطقی: فرآیند برونسپاری باید به دقت تعریف، تبیین و رعایت شود و به اختلاف دیدگاه بخشها و افراد سازمان توجه شود.
 - ۵- انتخاب پیمانکاران: از مهمترین عوامل موفقیت برونسپاری محسوب می شود که باید متناسب با نیازها و ضوابط سازمان صورت گیرد.
 - ۶- ایجاد بازار رقابت: بدون فشار رقابتی انتخاب پیمانکاران مناسب برای رسیدن به اهداف از جمله افزایش کیفیت و صرفه جویی در هزینه ها امکان پذیر نخواهد بود.
 - ۷- مدیریت و اداره رابطه: شکست در برونسپاری بیش از آن که ناشی از ناتوانی اجرایی باشد از ناتوانی مدیریت و اداره رابطه سرچشمه می گیرد از این رو باید مدیریت قرارداد، اندازه گیری کارایی، پرداخت بموقع صورت حسابها و حل اختلافها بدقت پیش بینی و بابرگزاری حساب منظم پیگیری شود (خداوردی و بجنوردی، ۱۳۸۹).
- با توجه به مراتب فوق، برون سپاری به عنوان مفهومی مستقل، با دخالت و ورود عواملی، عملیاتی گردید که عوامل موثر بر آن بعنوان مؤلفه های مدل تحلیلی تحقیق در نظر گرفته شده اند که شناخت این عوامل و میزان تاثیرگذاری آن ها تا حد قابل ملاحظه ای مدل نظری و مفهومی برونسپاری را شکل می دهند که هر کدام دارای شاخصهایی می باشد طبق جدول زیر:

جدول (۱-۱) مدل تحلیلی تحقیق

مفهوم	عوامل موثر در بهینه سازی برون سپاری	تعاریف
تعیین اهداف	تعیین تیم برون سپاری	باید آمادگی برای کار تمام وقت و طولانی با نمایندگان بخش های مختلف را داشته
	تعیین اهداف	هدف های برون سپاری باید به دقت تعیین و تعریف و پس از کسب اتفاق نظر، تبیین و توجیه گردد.
	تعیین فهرست های مالی اجرای فرآیند منطقی	برآورد هزینه انجام کارها برای پیشنهاد های پیمانکاران جهت تصمیم گیری برون سپاری باید به دقت تعریف، تبیین و رعایت شود و به اختلاف دیدگاه بخش ها و افراد سازمان توجه شود
انتخاب پیمانکار	انتخاب پیمانکار	که باید متناسب با نیازها و ضوابط سازمان صورت گیرد.
ایجاد بازار رقابت	ایجاد بازار رقابت	بدون فشار رقابتی انتخاب پیمانکاران مناسب برای رسیدن به اهداف امکان پذیر نخواهد بود.
مدیریت و اداره رابطه	مدیریت و اداره رابطه	شکست در برون سپاری بیش از آن که ناشی از ناتوانی اجرایی باشد از ناتوانی مدیریت و اداره رابطه سرچشمه می گیرد.

در پژوهشی که توسط علیپور در سال (۱۳۸۶) تحت عنوان «بررسی برونسپاری به رفتار سازمانی کارکنان و رضایت مشتریان شرکت های واگذار شده به بخش خصوصی در استان مازندران» پرداخته است. در این تحقیق به سوالاتی از قبیل آیا برونسپاری بر رفتار سازمانی کارکنان تاثیر داشته است؟ و آیا برونسپاری در بخش دولتی به تغییر رضایت مشتریان تاثیر داشته است؟ پرداخته و در نهایت پاسخ مثبتی برای این سوالات یافته است. در انتها نتیجه ای که از تاثیر فرضهای تعیین اهداف و تعیین تیم برونسپاری بر رضایتمندی داشت نشان داد که



این متغیرها بر رضایت افراد موثر هستند. در دیگر پژوهشی که توسط جیک برکی و توماس آرهریس در سال (۲۰۰۴) انجام شد تحت عنوان «اثرات خصوص- صی سازی: بکارگیری بررسی چندجانبه در برونسپاری» رامورد مطالعه قرار دادند. در این مقاله اثرات اقتصادی واجتماعی خصوصی سازی خدمات دز دولت محلی چرچیل کانتی آمریکا بررسی و برآورد شده است. برای این منظور یک پرسشنامه اینترنتی تهیه شده و اطلاعاتی از کارکنان سازمان های خدماتی دولت محلی چرچیل کانتی جمع آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج این تجزیه و تحلیل ها نشان داده که خصوصی سازی باعث کاهش استخدام ها تا ۲۷۹ شغل و کاهش درآمد خانوارهای کانتی تا ۳۶.۱۷۱ میلیون دلار شده است. همچنین خصوصی شدن خدمات ۱۴.۷۳۵ ساعت و ۸۵.۲۳۳ دلار اتلاف هزینه به دنبال داشته است.

آزمون فرض یافته های آماری در این تحقیق نشان می دهد که تعداد ۲۵۴ نفر از شهروندان شهر گرگان در تحقیق حاضر حضور داشته اند که مشخصات فردی آنها بصورت زیر ارائه شده است. ۰/۸۱ درصد از پاسخگویان مرد و ۰/۱۹ درصد از پاسخگویان زن هستند. بنابراین اکثر پاسخگویان مرد بوده اند. ۰/۱۲ درصد از پاسخگویان ۲۰-۳۰ سال و ۰/۳۴ درصد از پاسخگویان بین ۳۰ تا ۴۰ سال سن دارند و ۰/۴۸ درصد از پاسخگویان بین ۴۰ تا ۵۰ سال سن ۶ درصد از پاسخگویان بالای ۵۰ سال داشتند. ۰/۳۴ درصد از پاسخگویان دارای مدرک فوق دیپلم، ۰/۶۲ درصد دارای مدرک لیسانس، ۰/۴ درصد دارای مدرک فوق لیسانس هستند. بنابراین اکثر پاسخگویان دارای مدرک لیسانس بوده اند.

بررسی فرضیه اصلی:
فرض صفر (H0): برون سپاری خدمات شهرداری گرگان بر بهبود رضایتمندی شهروندان تاثیر ندارد.
فرض تحقیق (H1): برون سپاری خدمات شهرداری گرگان بر بهبود رضایتمندی شهروندان تاثیر دارد.

جدول ۲ آزمون t برون سپاری خدمات شهرداری گرگان بر بهبود رضایتمندی

	Test Value = 3				
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
برون سپاری خدمات شهرداری گرگان بر بهبود رضایتمندی	14.198	253	.000	.37862	.3261 4311

همانطور که در جدول ۲ ملاحظه میشود با توجه به میانگین بالای ۳ و سطح معناداری (کمتر از $\alpha=0.05$) و (درجه آزادی $df=253$) برون سپاری خدمات شهرداری گرگان بر بهبود رضایتمندی شهروندان تاثیر دارد، بنابراین فرض صفر رد و فرض تحقیق تایید می گردد.

فرضیه اول:
فرض صفر (H0): تعیین تیم برون سپاری در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر ندارد.
فرض تحقیق (H1): تعیین تیم برون سپاری در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر دارد.

جدول ۳ آزمون t تعیین تیم برون سپاری در رضایت شهروندان

	Test Value = 3				
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper
تعیین تیم برون سپاری در رضایت شهروندان	15.221	253	.012	.43195	.3761 4878

همانطور که در جدول ۳ ملاحظه می شود با توجه به میانگین بالای ۳ و سطح معناداری (کمتر از $\alpha=0.05$) و (درجه آزادی $df=253$) تعیین تیم برونسپاری در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر دارد بنابراین فرض صفر رد و فرض تحقیق تایید میگردد.

فرضیه دوم:
فرض صفر (H0): تعیین اهداف در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر ندارد.
فرض تحقیق (H1): تعیین اهداف در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر دارد.

جدول ۴ آزمون t تعیین اهداف در رضایت شهروندان

	Test Value = 3				
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower Upper



تعیین اهداف در رضایت شهروندان	3.020	253	.003	.44193	.1538	.7301
-------------------------------	-------	-----	------	--------	-------	-------

همان طور که در جدول ۴ ملاحظه می شود باتوجه به میانگین بالای ۳ و سطح معناداری؛ (کمتر از $\alpha=0/05$) و (درجه آزادی $df=253$) تعیین اهداف در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر دارد بنابراین فرض صفر رد و فرض تحقیق تایید می گردد. فرضیه سوم:

فرض صفر (H_0): تعیین فهرستهای مالی در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر ندارد.
فرض تحقیق (H_1): تعیین فهرستهای مالی در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر دارد.
جدول ۵ آزمون t تعیین فهرستهای مالی در رضایت شهروندان

	Test Value = 3					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
تعیین فهرستهای مالی در رضایت شهروندان	4.782	253	.024	.16772	.0986	.2368

همان طور که در جدول ۵ ملاحظه می شود باتوجه به میانگین بالای ۳ و سطح معناداری؛ (کمتر از $\alpha=0/05$) و (درجه آزادی $df=253$) تعیین فهرستهای مالی در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر دارد بنابراین فرض صفر رد و فرض تحقیق تایید می گردد. فرضیه چهارم:

فرض صفر (H_0): اجرای فرایند منطقی در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر ندارد.
فرض تحقیق (H_1): اجرای فرایند منطقی در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر دارد.
جدول ۶ آزمون t اجرای فرایند منطقی در رضایت شهروندان

	Test Value = 3					
	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
اجرای فرایند منطقی در رضایت شهروندان	3.873	253	.000	.15157	.0745	.2286

همان طور که در جدول ۶ ملاحظه می شود باتوجه به میانگین بالای ۳ و سطح معناداری؛ (کمتر از $\alpha=0/05$) و (درجه آزادی $df=253$) اجرای فرایند منطقی در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر دارد بنابراین فرض صفر رد و فرض تحقیق تایید می گردد. فرضیه پنجم:

فرض صفر (H_0): انتخاب پیمانکار در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر ندارد.
فرض تحقیق (H_1): انتخاب پیمانکار در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر دارد.
جدول ۷ آزمون t انتخاب پیمانکار در رضایت شهروندان

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
انتخاب پیمانکار در رضایت شهروندان	8.595	253	.000	.43963	.3389	.5404

همان طور که در جدول ۷ ملاحظه می شود باتوجه به میانگین بالای ۳ و سطح معناداری؛ (کمتر از $\alpha=0/05$) و (درجه آزادی $df=253$) انتخاب پیمانکار در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر دارد بنابراین فرض صفر رد و فرض تحقیق تایید می گردد. فرضیه ششم:

فرض صفر (H_0): ایجاد بازار رقابت در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر ندارد.
فرض تحقیق (H_1): ایجاد بازار رقابت در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر دارد.



نتایج فرضیه ششم؛ ایجاد بازار رقابت در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر دارد. در این قسمت از تحقیق نتایج مشابه ای با یافته های پژوهش حاضر صورت نگرفته است. بدون فشار رقابتی انتخاب پیمانکاران مناسب برای رسیدن به اهداف از جمله افزایش کیفیت و صرفه جویی در هزینه ها امکان پذیر نخواهد بود.

نتایج فرضیه هفتم؛ مدیریت و اداره رابطه در رضایت شهروندان از خدمات شهرداری گرگان تاثیر دارد. در این قسمت از تحقیق نتایج مشابه ای با یافته های پژوهش حاضر صورت نگرفته است. سازمانها به گونه معمول، هزینه عدم مدیریت رابطه را دست کم می گیرند و از سوی دیگر پیمانکاران نیز علاقه چندانی به اداره شدن ندارند. شکست در برونسپاری بیش از آنکه ناشی از ناتوانی اجرایی باشد از ناتوانی مدیریت و اداره رابطه سرچشمه می گیرد.

با توجه به نتایج این تحقیق مبنی بر فرضیات پیشنهاد می شود که در شهرداری گرگان؛ آموزش کارکنان، انتخاب درست فعالیتها، برآورد هزینه ها، مشاوران و مدیران متخصص و باسابقه، کنترل و نظارت بر پروژه ها برای افزایش رضایتمندی شهروندان لازم است. همچنین به محققین آتی توصیه می شود در زمینه شناسایی عوامل موثر در بهینه سازی برونسپاری در سایر سازمانها و ارگانها و مقایسه نتایج بدست آمده با نتایج این تحقیق صورت گیرد.

منابع

- بریمانی، فرامرز (۱۳۸۳) تنوع و تکثرگرایی، شالوده صلح پایدار. مجله اطلاعات سیاسی، تهران. - اقتصادی. شماره های ۲۰۶-۲۰۵
- حکمت نیا، حسن، موسوی، میرنجف (۱۳۸۶) سنجش میزان عوامل موثر در رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری مطالعه موردی شهر یزد. فصلنامه جغرافیا و توسعه. شماره ۹. صص ۱۸۱-۱۹۶
- خداوردی، روح الله. بجنوردی، زهره (۱۳۸۹) «راهبرد برون سپاری؛ فواید، مشکلات و چالش ها»، فصلنامه تخصصی رشد، سال هفتم، شماره ۲۵، صص ۹۷-۱۲۵
- رجب صلاحی، حسین (۱۳۸۱) ساختار حکومت محلی. مدیریت شهری و شهرداری. برنامه ریزی و مدیریت شهری. مسایل نظری و چالشهای تجربی. انتشارات سازمان شهرداری های کشور. تهران. صص ۹-۳۵
- رسول اف، جلال و همکاران (۱۳۷۹) «شناسایی سطوح نیازها و عوامل موثر بر رضایت مشتریان». بانک و اقتصاد. شماره ۲۶، صص ۱۱۵-۱۲۱
- سیدجوادی، سعیدرضا؛ حسینی پور، طهمورث؛ ولی پور، بهروز (۱۳۹۰) فرآیند برون سپاری، تهران: انتشارات نگاه دانش نوین. صص ۴۵-۶۶
- معیدفر، سعید و ذهانی، قربانعلی (۱۳۸۴): بررسی میزان ناراضیاتی شغلی معلمان و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن؛ (مطالعه موردی معلمان شهر نیشابور). مجله جامعه شناسی ایران. دوره ششم. شماره ۱. تهران. صص ۲۵-۳۶-۱۳۷
- نوربخش، سید کامران (۱۳۸۹) «برون سپاری آموزش های سازمانی»، ماهنامه مدیریت، شماره ۱۵۸، شهریور ۱۳۸۹. صص ۱۵-۲۲
- Alder, D. (2003). "Making the HR outsourcing decision", MIT Sloan Management Review, 59(1), 53- 60.
- Mann A., Kaum an R.J., Han K., Nault B.R.(2011). "Are there contagion effects in information technology and business process outsourcing?", Decision Support Systems, in press. pp :124
- Chris Frost, (2000), "Outsourcing or increasing risks?", Balance Sheet, Vol. 8 Iss: 2 pp. 34 – 37.
- Liston, Paul. Byrne, James. and Byrne, P.J., Heavey, Cathal. (2007) "Contract costing in outsourcing enterprises: Exploring the benefits of discrete-event simulation", International Journal of Production Economics, Vol.110, No.1-2, pp.97-114.
- McGarvey, Robert (2006), Outsourcing 2.0-Outsourcing extends to small and medium-sized companies" (2006), The Newyork Times, Monday October 23, 2006. Pp : 23
- Zhu, Zhiwei., Hsu, Kathy. & Lillie, Joseph. (2001), "Outsourcing – a strategic move: the process and the ingredients for success", Management Decision; Vol.39, No.5, pp.373 – 378

