

شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر شهرداری کارآفرینی با رویکرد توسعه گردشگری با استفاده از مدل AHP

مقدمه

کارآفرینی نیروی اصلی در توسعه اقتصادی به حساب می آید، که با استفاده از تغییر و نوآوری، رشد تولید و خدمات را به وجود می آورد. گردشگری یکی از بخش های اقتصادی است که به درجه بالایی از مشارکت فعالیت های کارآفرینانه نیاز دارد. پاسخگویی به تقاضای روز افزون و نیازهای مختلف گردشگری نیازمند تنوع خدمات و محصولات توریستی است که این موضوع فرصت های بیشتری را برای گردشگری پایدار فراهم می کند. گردشگری در سطح بین المللی رشد سریعی داشته است (قشلاق، ۱۳۸۸). شرایط اجتماعی، صنعتی، اقتصادی و فرهنگی کشور به گونه ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه حل های جدید و متفاوتی را طلب می کند. مسائل سازمان های کنونی کشور با توجه به تحولات پویای محیطی و افزایش پیچیدگی های روز افزون و رقابت شدید، با تدابیر و استراتژی های گذشته حل شدنی نیست، بلکه برای تضمین تداوم حیات و بقایشان نیازمند یافتن راه حل ها و روش های جدیدی هستند که به نوآوری، ابداع، خلق محصولات یا خدمات، فرآیندها و روش های جدید بستگی دارد. سازمان های کنونی باید به قدر کافی منعطف باشند تا بتوانند پاسخگوی تمام شرایط ممکن باشند. (احمد پور، ۱۳۸۸) فراهم سازی زمینه برای نهادینه سازی کارآفرینی در سازمان ها و بالطبع اجرای ابعاد کارآفرینی سازمانی از طریق عوامل سازمانی به ایجاد انعطاف پذیری برای پاسخ گویی به تغییرات شدید و پرشتاب محیطی و توانایی اینکه سازمان ها در هر وضعیتی ایده ای مطلوب داشته باشند، کمک می کند. در حقیقت، آنچه محققان بسیاری به دنبال آن هستند فراهم سازی شرایط برای اجرای ابعاد کارآفرینی سازمانی است. (Kuratko, 2009:2) پژوهش ها نشان می دهد که عوامل سازمانی به طور خاص نقش مهمی در اجرای ابعاد کارآفرینی سازمانی ایفا می کنند (Covin & Slevin, 1991) از این رو سازمان های کنونی کشور نیز باید توجه ویژه ای به نهادینه 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.

مناطق گردشگری به دلیل نقش انکارناپذیرشان از جایگاه مهمی در رشد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی با مقیاس های مختلف محلی، منطقه ای و ملی برخوردار می باشند. و دسترسی به منابع انسانی، طبیعی و اقتصادی اهمیت بالایی در نظام اجتماعی و جمعیتی دارد. با توجه به اینکه امروزه از کارآفرینی به عنوان موتور توسعه اقتصادی یاد می شود، برنامه ریزان و سیاستگذاران توسعه به روشهای مختلفی در صدد توسعه کارآفرینی در سطح جوامع مختلف هستند، بررسی اثرات پدیده گردشگری بر شاخص های کارآفرینی میتواند به تقویت دو اهرم کلیدی توسعه گردشگری و کارآفرینی در سطح جوامع میزبان منجر گردد.

کارآفرینی سازمانی یکی از شاخه های اصلی کارآفرینی است که سهم چشمگیری در توفیق و تعالی سازمان ها دارد. (احمدپور داریانی، ۱۳۸۳، ۲۳) و توانسته است پویایی سازمانی را با ارائه روشهای جدید و ایجاد مزیت نسبی به ارمغان بیاورد (جهانگیری و مبارکی، ۱۳۸۸، ۳۵) با وجود اهمیت کارآفرینی سازمانی و حرکت فزاینده بنگاه ها و سازمان های مختلف به سمت توسعه آن، به دلیل

تعدد متبیرهای تأثیرگذار، توسعه این شکل از کارآفرینی فرایند تقریباً دشوار و پیچیده ای است و در عمل با موانع گوناگونی در ابعاد مختلف مواجه است. (Moghimi, 2007; p 91) که این مسئله سبب شده است تا کارآفرینی سازمانی در کشورهای مختلف به ویژه کشورهای در حال توسعه همچون ایران، که اقتصاد سنتی و مبتنی بر منابع دارند، در وضعیت نامناسبی قرار بگیرد و توسعه چندان پیدانگردد. در این زمینه، بر اساس گزارش دفتر دیده بان جهانی کارآفرینی (۲۰۱۱) میزان شاخص کارآفرینی سازمانی در ایران مشابه کشورهای همچون بنگلادش، پاکستان و جامائیکا کمتر از یک درصد است. این در حالی است که مقدار این شاخص برای کشورهای توسعه یافته مانند سوئد، دانمارک، بلژیک، فنلاند و ایالات متحده بین ۶ الی ۱۴ درصد متغیر است (Kelley et al., 2012; p 24)

به هر حال، با توجه به اهمیت کارآفرینی سازمانی و مزایای متعدد آن برای سازمان ها از یک سو و پایین بودن درصد شاخص کارآفرینی سازمانی در ایران (Ibid) از سوی دیگر ضروری است تا طراحی مدل توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان های مختلف از جمله تعاونی ها بررسی و زمینه های لازم برای بهبود شاخص های آن فراهم شود.

دانشمندان و صاحب نظران مختلف درباره مفهوم کارآفرینی سازمانی تعاریف متعددی ارائه کرده اند که در این پژوهش بیشتر بر تعریف هیسریچ و شفرود (۲۰۰۵) تکیه شده است. بر این اساس در کارآفرینی سازمانی یک سازمان رویکرد کارآفرینی را دنبال و سازوکارهای تشویق و ترغیب کارآفرینی در سازمان را فراهم می کند. در این نوع از کارآفرینی، گروهی از افراد کارآفرین در قالب تیمی در داخل سازمان، اقدام به نوآوری مخاطره آمیز و پیشگامانه می کنند. کارآفرینی سازمانی شامل نوآوری در تولید محصول و ارائه خدمات، پذیرش ریسک و پیشتازانه رفتار کردن و تجدید حیات سازمانی می شود (Hisrich and Shepherd, 2005, 112).

در این بخش، با توجه به هدف اصلی پژوهش و با در نظر گرفتن محدوده موضوعی تحقیق، به مرور نتایج برخی از مهم ترین مطالعات مرتبط تجربی انجام شده در داخل و خارج از کشور پرداخته شده است. (جدول ۱)

پژوهشگر (سال انجام تحقیق)	عنوان پژوهش	نتایج تحقیق
مقیم (۱۳۸۳)	عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمان های بخش خدمات اجتماعی و فرهنگی دولتی ایران	بر اساس 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.
یدالهی فارسی و همکاران (۱۳۸۷)	بررسی 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.

<p>نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است که ازدیدگاه پاسخگویان، عوامل محیطی بالاترین اولویت و عوامل اجتماعی پایین ترین اولویت را از نظر تأثیرگذاری بر توسعه کارآفرینی داشتند.</p>	<p>به بررسی و اولویت بندی دیدگاه کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه نسبت به عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی</p>	<p>یوسفی و همکاران (۲۰۱۵)</p>
<p>تجزیه و تحلیل دادهها نشان داده که عوامل اقتصادی از اهمیت زیادی برخوردار است.</p>	<p>بررسی عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی کشاورزان در مناطق روستایی</p>	<p>حیدری ساریان (۲۰۱۲)</p>
<p>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 گلخانههای مؤثر دانسته اند.</p>	<p>عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت کارآفرینان واحدهای تولیدی گلخانههای در ایران</p>	<p>مراد نژادی و همکاران (۲۰۰۷)</p>
<p>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.</p>	<p>موانع توسعه کارآفرینی سازمانی</p>	<p>فرای (۱۹۹۳)</p>
<p>با توجه به یافته های 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 محدودیت های سازمانی، به صورت غیر مستقیم از طریق متغیر رضایت شغلی (متغیر میانجی) بر کارآفرینی سازمانی تأثیرگذار بودند.</p>	<p>بررسی رابطه بین برنامه های توسعه کارآفرینی و رضایت شغلی</p>	<p>کوراتکو و همکاران (۲۰۰۵)</p>
<p>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.</p>	<p>طراحی مدلی نظام مند برای توسعه کارآفرینی سازمانی</p>	<p>چن و همکاران (۲۰۰۵)</p>
<p>با توجه به نتایج تحقیق مشخص شد مهمترین موانع توسعه کارآفرینی شرکتی شامل موانع ساختاری (ساختار و سیستم های سازمانی، تکنولوژی</p>	<p>بررسی موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی شرکتی در شرکت های صنعتی ایران</p>	<p>مقیم (۲۰۰۷)</p>

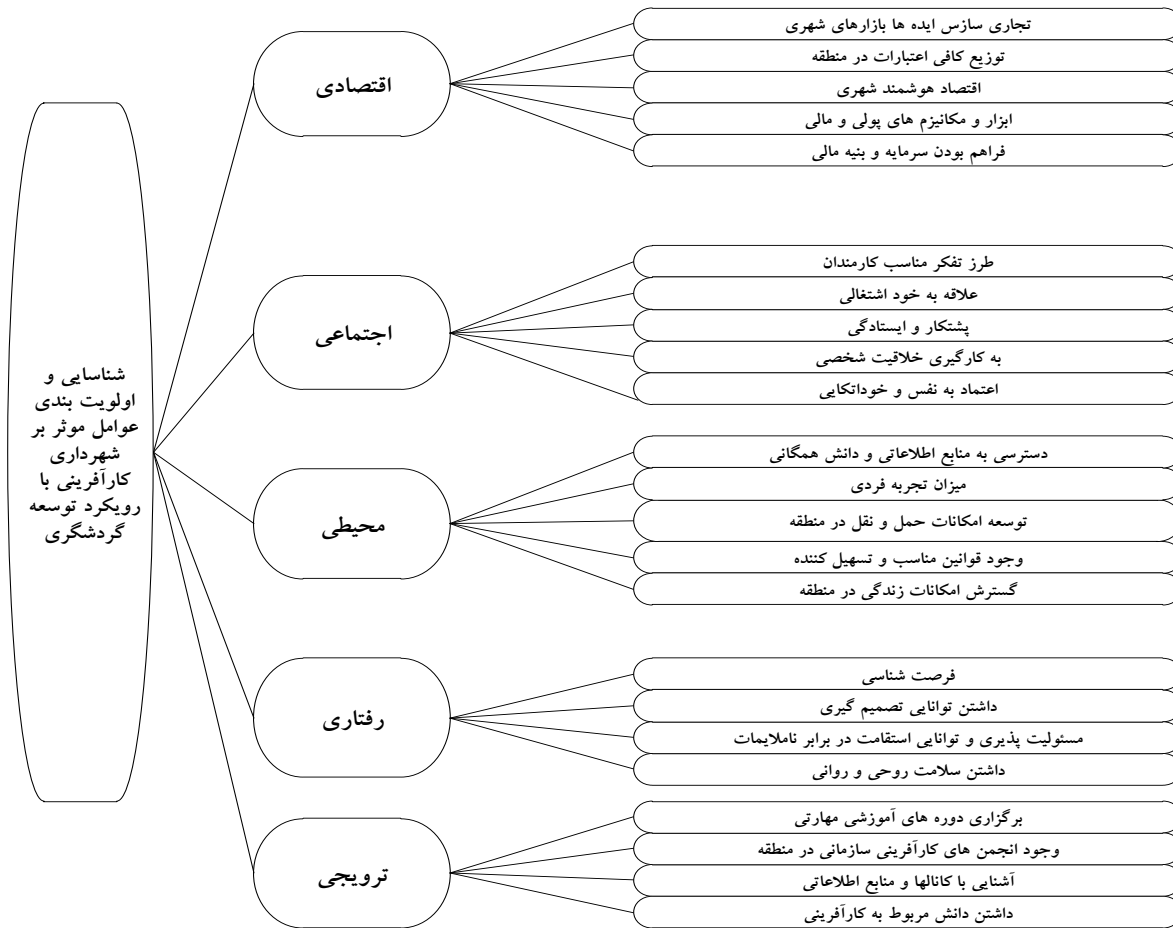
سازمانی، نیروی کار، رفتاری (ویژگیها /سبک مدیران، نگرش مدیریتی ، فرهنگ سازمانی، انگیزش مدیران) و محیطی /زمینه ای (محیط اقتصادی، محیط اجتماعی فرهنگی، محیط سیاسی قانونی، محی تکنولوژیکی) بود		
بر اساس نتایج تحقیق مشخص شد بین ظرفیت کارآفرینی سازمانی با چهار عامل پشتیبانی مدیریت ، فرهنگ سازمانی، تعهد کارکنان، سیستم پاداش دهی و تشویق فعالیت های کارآفرینان کارکنان، رابطه مثبت و معنادار و با عامل محدودیت های سازمانی رابطه منفی و معناداری وجود داشت.	بررسی سازوکارهای تقویت و توسعه ظرفیت کارآفرینی سازمانی	اسچپیز و همکاران (۲۰۰۸)
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.	طراحی مدلی برای توسعه رفتارهای کارآفرینانه در سازمان	بلوسوا و همکاران (۲۰۱۰)
به این نتیجه رسیدند که نگرش نسبت به کارآفرینی یکی از مهمترین و تأثیرگذارترین عواملی است که در بروز رفتار کارآفرینانه نقش دارد.	بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر توسعه کارآفرینی در اسپانیا	آربانو و همکاران (۲۰۱۱)

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 براساس 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) بمنظور 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 (۴-۱) زیر تهیه گردید.



نمودار ۴-۱- نمودار درخت سلسله مراتبی AHP اولویت بندی عوامل موثر بر شهرداری کارآفرینی با رویکرد توسعه گردشگری

مدل مفهومی عوامل مؤثر بر شهرداری کارآفرینی در نمودار (۱) ارائه شده است. در طراحی این مدل، سعی شده است که از ادبیات تحقیق و همچنین مدل های موجود در زمینه کارآفرینی کمک گرفته شود. بر اساس مطالعات گذشته و جمع آور نظرات کارشناسان و متخصصین پنج عامل کلیدی مؤثر بر شهرداری کارآفرینی شناسایی گردید. عوامل مؤثر در بعد اقتصادی، شامل تجاری سازی ایده ها بازارهای شهری، توزیع کافی اعتبارات در منطقه، اقتصاد هوشمند شهری، ابزار و مکانیزم های پولی و مالی، فراهم بودن سرمایه و بنیه مالی می باشد. بعد محیطی دربرگیرنده عواملی چون دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی، میزان تجربه فردی، توسعه امکانات حمل و نقل، وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده و گسترش امکانات زندگی است. بعد اجتماعی شامل عواملی چون طرز تفکر مناسب کارکنان، علاقه به خوداشتغالی، پشتکار و ایستادگی، به کارگیری خلاقیت شخصی و اعتماد به نفس و خوداتکایی است. در بعد رفتاری فرصت شناسی، داشتن توانایی تصمیم گیری، مسئولیت پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملایمات و داشتن سلامت روحی و روانی دارای اهمیت است. بعد ترویجی دربرگیرنده عواملی چون برگزاری

دوره های آموزشی مهارتی، وجود انجمن کارآفرینی، آشنایی با کانال ها و منابع اطلاعاتی و داشتن دانش مربوط به کارآفرینی است.

روش تحقیق

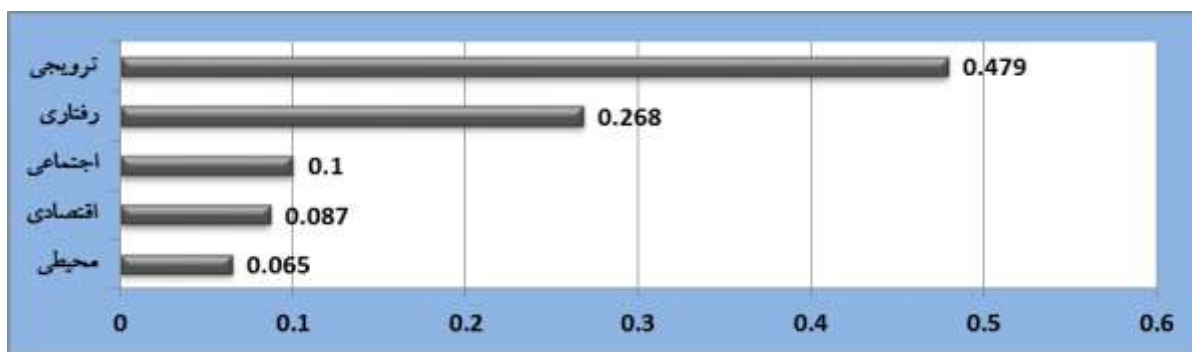
به منظور دستیابی به اهداف تحقیق و موفقیت آن ضروری است که دقت و تعمق لازم برای انتخاب روش و ابزار مناسب صورت گیرد. بنابراین تعیین شیوه و روش بررسی تا حدودی در گرو اهداف تحقیق است و باید از موضوع ویژگی های جامعه مورد بررسی تبعیت کند تحقیق حاضر از لحاظ ماهیت و اهداف از نوع کاربردی است و از لحاظ روش جمع آوری اطلاعات برای آزمون فرضیه ها از نوع توصیفی و همبستگی است. این پژوهش از نوع اکتشافی ماهیت توصیفی - تحلیلی و هدف کاربردی می باشد یکی از اهداف پژوهش توصیفی می توان شناخت بیشتر شرایط موجود و کمک دادن به تصمیم گیرندگان در فرایند تصمیم گیری باشد. 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 استفاده میشود. در این تحقیق از روش آمیخته (mix metod) استفاده خواهد شد. 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. جامعه آماری تحقیق حاضر در بخش کیفی، جهت گردآوری داده ها از تیم خبرگان و در بخش کمی به منظور انجام مطالعات میدانی از متخصصین و اساتید کارآفرینی و همچنین از شهرداران، مدیران و کارشناسان شهرداری ها، اعضای شوراهای اسلامی شهر و مدیران و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان گلستان استفاده می شود. نمونه آماری برای جامعه 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 حدود ۳۰ نفر خواهند بود و از طریق پرسشنامه مورد پرسش قرار می گیرند حجم جامعه آماری که شامل ۳۰ نفر می باشد و روش نمونه گیری در این تحقیق به صورت نمونه گیری تصادفی ساده می باشد قلمرو مکانی این تحقیق شامل مجموعه جامعه شهرداران، مدیران و کارشناسان شهرداری ها و سازمان میراث فرهنگی و همچنین اعضای شورای اسلامی شهرها استان گلستان می باشد و قلمرو زمانی تحقیق نیز در سال ۹۶-۹۷ می باشد برای گردآوری داده ها و اطلاعات مورد نظر، پرسشنامه دو بخشی بر اساس مرور مبانی و پیشینه پژوهش و نظرخواهی از صاحب نظران این حوزه تهیه شد. بخش اول به بررسی ویژگی های فردی پاسخگویان در قالب سن، میزان تحصیلات و سابقه کار اختصاص دارد. بخش دوم به بررسی عوامل اقتصادی (۵ گویه)، اجتماعی (۵ گویه)، محیطی (۵ گویه)، رفتاری (۴ گویه) و ترویجی (۴ گویه) مؤثر بر شهرداری کارآفرینی در قالب طیف پنجگانه لیکرت (۱ = خیلی کم، ۲ = کم، ۳ = متوسط، ۴ = زیاد، ۵ = خیلی زیاد) مربوط است. جهت تعیین روایی پرسشنامه چند نسخه از آن در اختیار کارشناسان قرار داده شد و اصلاحات لازم برحسب پیشنهادها آنها صورت گرفت و برای سنجش پایایی پرسشنامه از روش ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد که ضریب کل آلفای کرونباخ ۰/۷۸۳ استفاده شد. که دارای پایایی قابل قبولی است.

جدول (۲) 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=۰/۰۲ < ۰/۱

نمودار وزنی عوامل اصلی



نتایج تحلیل جدول ۲ 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=۰/۰۲) است و چون این مقدار کمتر از ۰/۱ است ($IR \leq 0.1$) بنابراین در مقایسات زوجی ماتریس مورد نظر، سازگاری در قضاوت خبرگان وجود دارد.

در گام بعدی، برای محاسبه اهمیت (وزن) نسبی هریک 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 هریک از آنها بصورت جداگانه مورد بررسی قرار

گرفت. سرانجام ۳۰ 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 ماتریس‌های افراد بدست می‌آید.

جدول (۳) ماتریس نرمالیزه شده مقایسات زوجی

رتبه	اوزن	جمع سطری	ترویجی	رفتاری	محیطی	اجتماعی	اقتصادی
۴	۰/۰۸۷	۰/۴۳۶	۰/۰۷۲	۰/۰۹۴	۰/۰۸۴	۰/۱۰۳	۰/۰۸۳
۳	۰/۱۰۰	۰/۵۱۶	۰/۰۶۵	۰/۱۳۰	۰/۱۶۸	۰/۰۸۵	۰/۰۶۹
۵	۰/۰۶۵	۰/۳۳۳	۰/۰۷۶	۰/۰۸۱	۰/۰۷۱	۰/۰۳۶	۰/۰۷۰
۲	۰/۲۶۸	۱/۳۵۲	۰/۳۳۷	۰/۲۹۸	۰/۲۶۰	۰/۱۹۴	۰/۲۶۲
۱	۰/۴۷۹	۲/۳۶۳	۰/۴۴۹	۰/۳۹۷	۰/۴۱۸	۰/۵۸۳	۰/۵۱۶

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 هر یک از آنها را محاسبه می‌نمایم.

شاخص ناسازگاری تصادفی

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.

جدول (۴) شاخص تصادفی I. RI (Saaty.1980)

N	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
I.R.I	۰	۰	۰.۵۸	۰.۹	۱.۱۲	۱.۲۴	۱.۳۲	۱.۴۱	۱.۴۵	۱.۵۱

در اینجا IRI (شاخص ناسازگاری تصادفی) مقداری است که از جدول مربوطه استخراج می‌شود. که این مقدار برای ماتریس با بعد $n=5$ برابر با 1.12 می‌باشد. در نهایت نرخ ناسازگاری ماتریس مورد نظر برابر $(IR=0.2)$ است و چون این مقدار کمتر از 0.1 است $(IR \leq 0.1)$ بنابراین در مقایسات زوجی، سازگاری وجود دارد.

محاسبه وزن عناصر سطح دو (اوزان محلی):

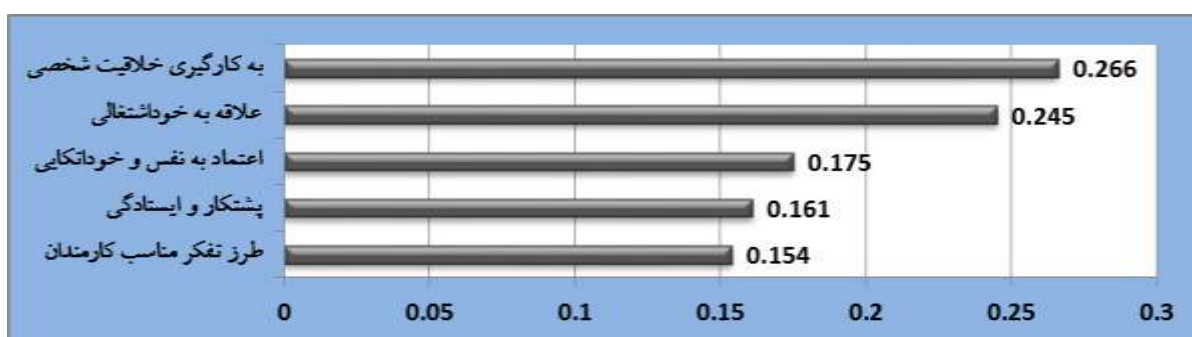
گام بعدی محاسبه وزن عوامل فرعی موثر در هر زیرگروه می‌باشد که نتایج بشرح جداول زیر می‌باشد:

جدول (۵) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی اجتماعی

رتبه	وزن	اعتماد به نفس و خوداتکایی	به کارگیری خلاقیت شخصی	پشتکار و ایستادگی	علاقه به خوداشتغالی	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	علاقه به خوداشتغالی
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	اعتماد به نفس و خوداتکایی

IR=۰/۰۹ < ۰/۱

نمودار وزنی عوامل فرعی اجتماعی



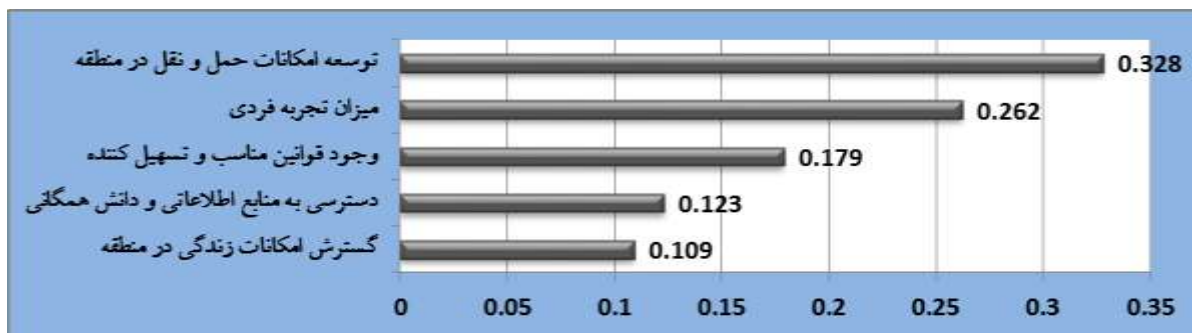
نتایج تحلیل جدول (۵) محاسبه شده اوزان عوامل فرعی اجتماعی نشان می‌دهد که عامل به کارگیری خلاقیت شخصی با وزن نسبی ۰/۲۶۶ در رتبه اول و پس از آن عامل علاقه به خوداشتغالی با وزن نسبی ۰/۲۴۵ در رتبه دوم و عامل اعتماد به نفس و خوداتکایی با وزن نسبی ۰/۱۷۵ در رتبه سوم و عامل پشتکار و ایستادگی با وزن نسبی ۰/۱۶۱ 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 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 در قضاوت خبرگان وجود دارد.

جدول (۶) 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	میزان تجربه فردی	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	میزان تجربه فردی

توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه	۲/۹۵۴	۲/۱۴۱	۱	۱/۵۸۴	۱/۶۴۳	۰/۳۲۸	۱
وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده	۰/۹۶۹	۰/۶۵۴	۰/۶۳۱	۱	۲/۳۷۱	۰/۱۷۹	۳
گسترش امکانات زندگی در منطقه	۰/۸۵۰	۰/۳۱۲	۰/۶۰۸	۰/۴۲۱	۱	۰/۱۰۹	۵
IR=۰/۰۵ < ۰/۱							

نمودار وزنی عوامل فرعی محیطی

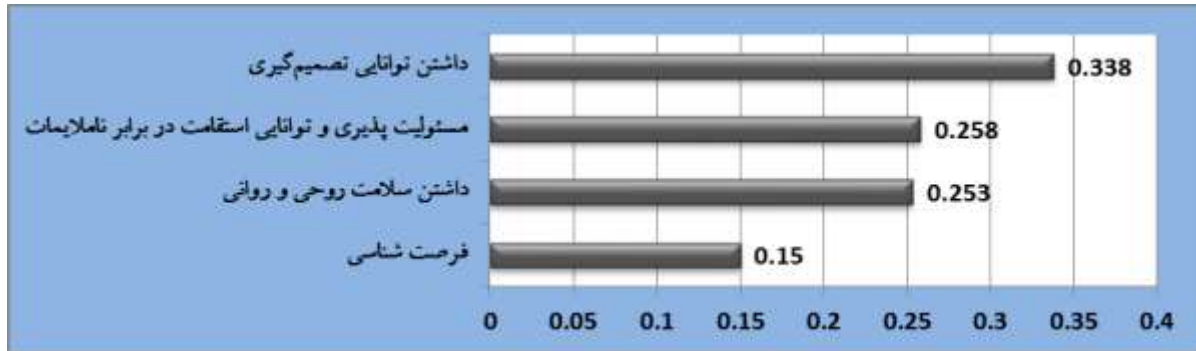


نتایج تحلیل جدول (۶) محاسبه شده اوزان عوامل فرعی محیطی نشان می‌دهد که عامل توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه با وزن نسبی ۰/۳۲۸ در رتبه اول و پس از آن عامل میزان تجربه فردی با وزن نسبی ۰/۲۶۲ در رتبه دوم و عامل وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده با وزن نسبی ۰/۱۷۹ در رتبه سوم و عامل دسترسی به منابع اطلاعاتی 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 خبرگان وجود دارد.

جدول (۷) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی رفتاری

(D)	فرصت شناسی	داشتن توانایی تصمیم‌گیری	مسئولیت‌پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملایمات	داشتن سلامت روحی و روانی	وزن	رتبه
فرصت شناسی	۱	۰/۳۹۴	۰/۶۲۲	۰/۶۲۵	۰/۱۵۰	۴
داشتن توانایی تصمیم‌گیری	۲/۵۳۶	۱	۱/۱۲۴	۱/۳۶۸	۰/۳۳۸	۱
مسئولیت‌پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملایمات	۱/۶۰۶	۰/۸۸۹	۱	۰/۹۳۵	۰/۲۵۸	۲
داشتن سلامت روحی و روانی	۱/۶۰۰	۰/۷۳۰	۱/۰۶۹	۱	۰/۲۵۳	۳
IR=۰/۰۰ < ۰/۱						

نمودار وزنی عوامل فرعی رفتاری

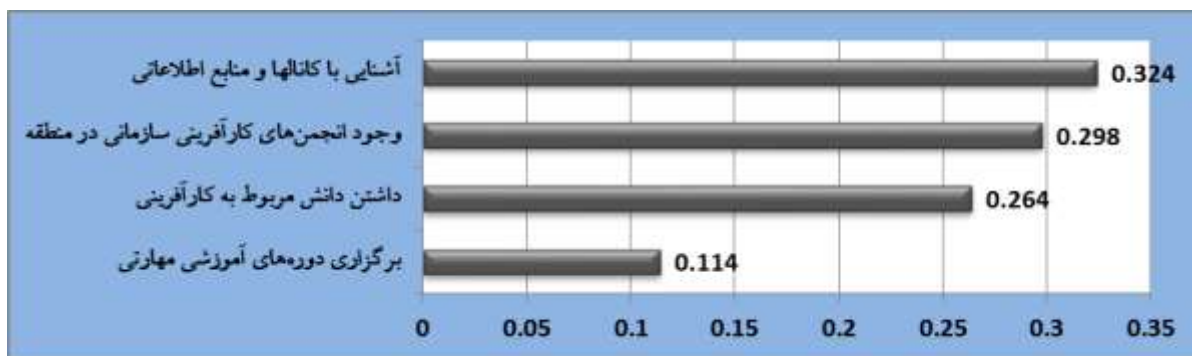


نتایج تحلیل جدول (۷) محاسبه شده اوزان عوامل فرعی رفتاری نشان می‌دهد که عامل داشتن توانایی تصمیم‌گیری با وزن نسبی ۰/۳۳۸ در رتبه اول و پس از آن عامل مسئولیت پذیری و توانایی استقامت در برابر ناملايمات با وزن نسبی ۰/۲۵۸ در رتبه دوم و عامل داشتن سلامت روحی و روانی با وزن نسبی ۰/۲۵۳ در رتبه سوم و عامل فرصت 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 خبرگان وجود دارد.

جدول (۸) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی ترویجی

(E)	برگزاری دوره‌های آموزشی مهارتی	وجود انجمن‌های کارآفرینی سازمانی در منطقه	آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی	داشتن دانش مربوط به کارآفرینی	وزن	رتبه
برگزاری دوره‌های آموزشی مهارتی	۱	۰/۲۰۶	۰/۴۰۶	۰/۶۵۵	۰/۱۱۴	۴
وجود انجمن‌های کارآفرینی سازمانی در منطقه	۴/۸۳۶	۱	۰/۶۰۸	۰/۸۱۴	۰/۲۹۸	۲
آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی	۲/۴۵۹	۱/۶۴۳	۱	۱/۰۴۵	۰/۳۲۴	۱
داشتن دانش مربوط به کارآفرینی	۱/۵۲۶	۱/۲۲۸	۰/۹۵۶	۱	۰/۲۶۴	۳
IR=۰/۰۸ < ۰/۱						

نمودار وزنی عوامل فرعی ترویجی



نتایج تحلیل جدول (۸) 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 انجمن‌های 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 خبرگان وجود دارد.

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 (۹) آمده است.

جدول (۹) 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 ایده‌ها 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	علاقه به خوداشتغالی		
۱۶	۰/۰۱۶	۰/۱۶۱	پشتکار و ایستادگی		
۱۰	۰/۰۲۷	۰/۲۶۶	به کارگیری خلاقیت شخصی		
۱۴	۰/۰۱۸	۰/۱۷۵	اعتماد به نفس و خودانکایی		
۲۱	۰/۰۰۸	۰/۱۲۳	دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی	۰/۰۶۵	محیطی
۱۵	۰/۰۱۷	۰/۲۶۲	میزان تجربه فردی		

		توسعه امکانات حمل و نقل در منطقه	۰/۳۲۸	۰/۰۲۱	۱۲
		وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده	۰/۱۷۹	۰/۰۱۲	۱۹
		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 ناملايمات	۰/۲۵۸	۰/۰۶۹	۵
		داشتن سلامت روحی و روانی	۰/۲۵۳	۰/۰۶۸	۶
ترویجی	۰/۴۷۹	برگزاری دوره‌های آموزشی مهارتی	۰/۱۱۴	۰/۰۵۵	۷
		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 (۹) 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 ناملايمات 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 هوشمند شهری با وزن نسبی ۰/۰۳۸ در رتبه نهم و به کارگیری خلاقیت شخصی با وزن نسبی ۰/۰۲۷ در رتبه دهم و علاقه به خوداشتغالی 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 اعتماد به نفس و خوداتکایی وزن نسبی ۰/۰۱۸ در رتبه چهاردهم و میزان تجربه فردی 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.

نتیجه گیری

چون امروزه نقش بی بدیل نوآوری سازمانی در پیاده سازی و تقویت کارآفرینی سازمانی در شرکت‌ها و سازمان‌ها بسیار حایز اهمیت و به عنوان یک ضرورت تبدیل گردیده و لاجرم شرکت‌ها می‌بایست در این مسیر اقدامات موثری را انجام دهند که بزرگترین موانع پیشرفت سازمان‌ها در درون خود آن‌ها وجود دارد همان گونه قوی‌ترین عامل پیشرفت و موفقیت نیز در درون

خود آنهاست به طور کلی می توان گفت ویژگی های اصلی سازمان های کار آفرینی 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 می شود. 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 شرکت 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 سازمان ها 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 کار گیری 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 فرآیند های نوآوری سازمانی را در ابعاد رفتاری و ترویجی برای سازمان ها و اداره ها تبیین کرد. بنابراین اگر بتوان کارکردهای جدیدی را برای سازمان تعریف کرد آنگاه در راستای این کارکردهای میتوان به ایجاد شهرداری کارآفرینی دست زد، در اینجاست که مفهوم شهرداری کارآفرینی اهمیت می یابد. بر این اساس در این پژوهش ۲۳ گویه 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 ترویجی آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی با وزن نسبی ۰/۱۵۵ در رتبه اول، عامل اقتصادی فراهم بودن سرمایه و بنیه مالی با وزن نسبی ۰/۰۰۵ در رتبه بیست و سوم بر شهرداری کارآفرینی موثر می باشند.