

بررسی عوامل موثر بر درآمد پایدار شهرداری های استان گلستان با تاکید بر صنعت گردشگری

ابراهیم جرجانی^۱، مجید اشرفی^{۲*}، سید محمد رضا حسینی^۳، محمود رضا چراغعلی^۴

۱- دانشجوی دکتری کارآفرینی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد، ایران

۲- استادیار گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد، ایران

۳- استادیار گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد، ایران

۴- استادیار گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد، ایران

چکیده:

شهرداری کارآفرین یکی از راهکارهای جدید در راستای دستیابی به توسعه پایدار است و بخش گردشگری از بخش های مهم اقتصاد شهری و زمینه ساز رشد و پیشرفت آن محسوب می شود. گردشگری صنعتی است که می تواند اقتصاد هر استانی را به نحو مطلوب تر تقویت کند، هدف اصلی این مقاله بررسی عوامل موثر بر درآمد پایدار شهرداری ها با تاکید بر صنعت گردشگری می باشد. لذا شناسایی عوامل موثر برای گسترش توسعه صنعت گردشگری شهرها 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 شود. برای رسیدن به هدف، از روش تحقیق ترکیبی (توصیفی - تحلیلی) استفاده شده است. در این پژوهش، جامعه آماری به تعداد ۳۰ نفر از خبرگان به روش گلوله برقی انتخاب شدند. در این تحقیق 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 شد. 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 می توان استنباط کرد که در شناسایی ابعاد و متغیرهای تأثیرگذار، عامل اطلاع رسانی و تبلیغات محیطی با وزن نسبی ۰/۱۵۵ در سطح یک، عامل مدیریت مالی و اقتصادی با وزن نسبی ۰/۰۰۵ در سطح بیست و سوم بر درآمد پایدار شهرداری ها با استفاده از ظرفیت گردشگری موثر می باشند و در مجموع راهکارهای برای توسعه گردشگری و دستیابی به درآمد های پایدار ارائه گردیده است.

واژه های کلیدی: تحلیل سلسله مراتبی، درآمد پایدار، صنعت گردشگری

با توجه به اهمیت و نیاز شهرداری‌ها به منابع درآمدی جهت تامین هزینه‌ها امروزه، شهرها با بحران ناپایداری منابع تامین بودجه‌ی شهر مواجه هستند که عامل اصلی این بحران قطع حمایت مالی دولت از شهرداری‌ها بدون اندیشیدن به درآمدهای پایدار جایگزین، بر اساس مصوبه‌ی خودکفایی شهرداری‌ها است (تقوایی و صفرآبادی، ۱۳۹۰) مهم‌ترین روش‌های کسب درآمد شهرداری‌ها، وابسته به عوارض ناشی از ساخت و ساز و مواردی مانند آن است. اقلام درآمدی شهرداری‌ها در یک تقسیم بندی کلی به چهار دسته اصلی عوارض و مالیات‌های دریافتی، فروش خدمات، استقراض و دریافت کمک‌های بلاعوض تقسیم بندی می‌گردند (شراره‌ای و ماجد، ۱۳۹۰). شهرداری‌ها با ادامه دادن همین راه و روش، با مشکلات و معضلات درآمدی مواجه خواهند شد. راه خروج از این بن بست ایجاد شده در مسیر درآمدی شهرداری‌ها، تامین درآمدهای پایدار برای شهرداری‌هاست، تامین درآمدهای پایدار شهری امروزه از مهم‌ترین چالش‌های شهرهای جهان بخصوص کلان شهرها است. استان گلستان به دلایل طبیعی، اقلیمی، تاریخی، اجتماعی و فرهنگی از جمله حوزه‌های جغرافیایی پر جاذبه برای توسعه گردشگری شهری است و می‌تواند در سطح استان پذیرای گردشگران بسیاری باشد. با توجه به پتانسیل‌های بالای این استان در زمینه گردشگری و جذب گردشگر و مهاجر پذیر بودن الزام توجه شهرداری به اجرای پروژه‌های گردشگری و مدیریت آن‌ها به خصوص در مناطق جنگلی و با نگاه توسعه پایدار از ضروریات شهرداری می‌باشد. در نهایت می‌توان چنین بیان داشت که به منظور برخورداری از درآمد پایدار، ضروری است که ابتدا عوامل موثر درآمد پایدار بر الگوی شهرداری شناسایی و به تبع آن ماهیت و نحوه شکل‌گیری عناصر در صنعت گردشگری تعریف و سپس آن‌ها را با ملاک‌های پایداری سنجید. در این تحقیق، با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و نظر سنجی خبرگان و کارشناسان شهرداری و مدیریت شهری، مشخصه‌های تاثیر گذاری صنعت گردشگری بر درآمد پایدار شهرداری شناسایی و اولویت بندی گردید و در انتها پیشنهادات کاربردی ارائه گردید.

پیشینه تحقیق

رهبری و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله‌ای تحت عنوان شناسایی و الویت بندی ابعاد کارآفرینی سازمانی مبتنی بر نوآوری با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) ابعاد کارآفرینی سازمانی را به ترتیب نوآوری محصول، نوآوری اداری، نوآوری فرآیند و نوآوری بازاریابی که هر کدام داری مولفه‌های

مختص به خود است را شناسایی کردند. منور ارغا و همکاران در سال ۱۳۹۶ در پژوهشی کاربردی تحت عنوان نقش گردشگری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری در شهر ایلام نشان دادند عاملهای اقتصادی، اجتماعی، زیرساخت، محیطی و فردی در توسعه پایدار گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارد. فیض الهی (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای تحت عنوان نقش گردشگری شهری در تأمین درآمد پایدار شهرداری‌ها (مطالعه موردی: شهرداری اصفهان) نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که منابع مالی ناپایدار نقش اصلی را در تأمین منابع مالی شهرداری اصفهان دارد و گردشگری پایدار شهری می‌تواند باعث افزایش درآمدهای پایدار و ایجاد منابع پایدار برای شهرداری گردد. خدام 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. اکرامی و همکاران در سال ۱۳۹۲ به بررسی توسعه مؤلفه‌های کارآفرینی کارکنان شهرداری (مطالعه موردی: شهرداری منطقه ۷ تهران) پرداختند. 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. 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. تورو (۲۰۱۳) در مقاله خود به بررسی تاثیر ارزش‌های فرهنگی بر کارآفرینی پرداخته است. در این مقاله از داده‌های سالهای ۲۰۰۴ الی 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 گاندای^۱ و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیق خود به بررسی تاثیر انواع نوآوری (محصول، فرآیند بازاریابی و سازمانی) بر

^۱. Gunday

ابعاد مختلف عملکرد سازمانی (عملکرد نوآوری، تولید، بازار مالی) در کشور ترکیه پرداخته است. نتیجه این تاثیر مثبت انواع نوآوری بر عملکرد سازمانی را نشان می‌دهد. 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 معنی داری وجود داشت. اسچپرز^۲ و همکاران در سال (۲۰۰۸) به بررسی ساز و کارهای تقویت و توسعه ظرفیت درآمد پایدار سازمانی پرداختند که بر اساس نتایج تحقیق مشخص شد بین ظرفیت سازمانی با چهار عامل پشتیبانی مدیریت، فرهنگ سازمانی، تعهد کارکنان، سیستم پاداش دهی و تشویق فعالیت‌های کارکنان، رابطه مثبت و معنادار و با عامل محدودیت‌های سازمانی رابطه منفی و معناداری وجود داشت.

روش شناسی تحقیق

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه جمع آوری اطلاعات توصیفی می باشد. تحقیق توصیفی شامل مجموعه‌هایی است که هدف آنها توصیف نمودن شرایط یا پدیده مورد بررسی است. اجرای تحقیق توصیفی می‌تواند صرفاً برای شناخت بیشتر شرایط موجود با یاری دادن به فرآیند تصمیم‌گیری باشد (سرمردی و همکاران ۱۳۹۵). در این پژوهش، جامعه آماری به تعداد ۳۰ نفر از خبرگان به روش گلوله برقی انتخاب شدند. در این تحقیق با استفاده از روش فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) با بهره‌گیری از نرم افزار ۱۱ Expert choice به اولویت بندی و رتبه بندی ابعاد و مولفه‌ها پرداخته شد. در بخش دوم تحقیق برای سنجش ماتریس مقایسه زوجی هریک از ابعاد و مولفه‌های و روابط آنها با درآمد پایدار شهرداری و توسعه صنعت گردشگری استفاده شده است. تکنیک دلفی برای شناسایی مهمترین شاخص‌های تصمیم‌گیری قابل استفاده است. از این تکنیک برای غربال شاخص‌ها یا رسیدن به یک توافق در زمینه اهمیت شاخص‌های تصمیم‌گیری استفاده شد.

روش و ابزار جمع آوری اطلاعات

نتیجه مصاحبه با خبرگان و مولفه‌های شناسایی شده شامل پنج بعد اصلی اقتصادی، اجتماعی، محیطی، رفتاری و ترویجی و ۳۷ عنصر فرعی موثر در جدول شماره یک مشخص شد.

^۲. Scheepers

جدول (۱) مولفه های شناسایی شده

ردیف	اقتصادی	اجتماعی	محیطی	رفتاری	ترویجی
۱	اقتصاد هوشمند شهری	پذیرش اجتماعی شهروندی	وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده	به کارگیری خلاقیت شخصی	داشتن دانش مربوط به کارآفرینی
۲	ابزار و مکانیزم های پولی و مالی	رسانه ها و شبکه های اجتماعی	افزایش تقاضا برای صنعت گردشگری	روحیه کار گروهی	برگزاری دوره های آموزشی مهارتی
۳	ظرفیت اقتصادی گردشگری	تنوع قومیت ها	گسترش امکانات زندگی در منطقه	سبک رهبری	اطلاع رسانی و تبلیغات محیطی
۴	افزایش درآمد	کارآفرینی اجتماعی	رشد بخش خدمات	وجود فضای خلاق در سازمان	آموزش مردم در زمینه مسائل زیست
۵	تجاری سازی ایده ها	وجود انجمن های کارآفرینی	پویایی گروهی در سازمان ها	داشتن توانایی تصمیم گیری	آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی
۶	جذب سرمایه بخش خصوصی	افزایش تعداد زنان در حوزه کارآفرینی	دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش	فرصت شناسی	-
۷	مدیریت مالی و اقتصادی	تغییر سبک زندگی خانواده	شرایط اقلیمی مناسب منطقه	داشتن سلامت روحی و روانی	-
۸	جذب اعتبارات ملی	-	توسعه امکانات حمل و نقل	-	-
۹	-	-	روند به رشد شهرنشینی	-	-
۱۰	-	-	موقعیت مناسب فناوری های ارتباطی	-	-

نتایج و بحث

شاخص های موثر بر شهرداری کارآفرین با تاکید بر صنعت گردشگری

بر اساس نمرات کسب شده بین ۱ تا ۱۰ برای بدبینانه و خوش بینانه که باتوجه به نظر ۳۰ نفر از خبرگان در مورد میزان درجه اهمیت مولفه های درآمد پایدار با تاکید صنعت گردشگری بدست آمده است. جهت غربالگری شاخص های موثر از روش دلفی فازی استفاده گردید.

شاخص های موثر مولفه های بعد اقتصادی

همانطور که در جدول شماره دو نشان داده شده است از میان هشت مولفه موجود، مولفه های: ظرفیت اقتصادی گردشگری، تجاری سازی ایده ها، جذب اعتبارات ملی در مقایسه با سایر مولفه ها مقدار معناداری آن ها کمتر از حد آستانه می باشد حذف شد.

جدول (۲) مولفه های بعد اقتصادی شهرداری کارآفرین بر اساس روش دلفی فازی

مقدار	میانگین هندسی		مقدار خوش بینانه		مقدار بدبینانه		مولفه های بعد اقتصادی
	U_m^i	I_m^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	ظرفیت اقتصادی گردشگری
۱۰/۷۳	۷/۹۶	۵/۵۹	۹	۷	۸	۳	افزایش درآمد
۵/۰۱	۶/۴۲	۴/۳۱	۷	۴	۶	۳	تجاری سازی ایده ها
۸/۲۱	۹/۱۷	۵/۲۹	۱۰	۸	۷	۳	جذب سرمایه بخش خصوصی
۱۰/۷۷	۸/۰۶	۵/۶۵	۹	۷	۸	۳	مدیریت مالی و اقتصادی
۵/۶۷	۶/۴۲	۴/۰۶	۷	۴	۶	۲	جذب اعتبارات ملی

*حد آستانه = ۷/۳۹

شاخص های موثر مولفه های بعد اجتماعی

از میان ۷ مولفه موجود، افزایش تعداد زنان در حوزه کارآفرینی، تغییر سبک زندگی در مقایسه با سایر ابعاد مقدار معناداری آن ها کمتر از حد آستانه (۷/۶۸) می باشد حذف شد (جدول شماره ۳).

جدول (۳) مولفه های بعد اجتماعی شهرداری کارآفرین بر اساس روش دلفی فازی

مقدار	میانگین هندسی		مقدار خوش بینانه		مقدار بدبینانه		مولفه ها بعد اجتماعی
	U_m^i	I_m^i	بیشترین	کمترین	بیشترین	کمترین	
۱۰/۷۷	۹/۴۶	۵/۴۵	۱۰	۸	۸	۲	پذیرش اجتماعی شهروندی
۱۰/۷۵	۸/۰۶	۵/۶۵	۹	۷	۸	۳	رسانه ها و شبکه های اجتماعی
۸/۳۱	۸/۷۷	۵/۲۹	۱۰	۸	۷	۳	تنوع قومیت ها
۸/۲۸	۸/۵۸	۵/۲۱	۱۰	۸	۷	۳	کارآفرینی اجتماعی
۱۰/۲۰	۸/۶۸	۵/۴۹	۱۰	۸	۸	۳	وجود انجمن های کارآفرینی
۲/۵۰	۶/۵۰	۴/۱۸	۷	۴	۵	۴	افزایش تعداد زنان در حوزه کارآفرینی
۲/۸۹	۶/۴۲	۴/۳۷	۷	۴	۵	۴	تغییر سبک زندگی خانواده

*حد آستانه = ۷/۶۸

شاخص های موثر مولفه های بعد محیطی

از میان ۱۰ مولفه موجود، گسترش امکانات زندگی در منطقه، رشد بخش خدمات، پویایی گروهی در سازمان های دولتی و خصوصی، شرایط اقلیمی مناسب منطقه، موقعیت مناسب فناوری های ارتباطی در مقایسه با سایر مولفه ها مقدار معناداری آن ها کمتر از حد آستانه (۷/۵۹) می باشد حذف خواهند شد.

جدول (۴) 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_m^i	I_m^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	افزایش تقاضا برای صنعت گردشگری
۲/۹۳	۶/۴۲	۴/۱۸	۷	۴	۵	۴	گسترش امکانات زندگی در منطقه
۵/۲۹	۶/۰۷	۴/۵۰	۷	۴	۶	۲	رشد بخش خدمات
۲/۸۹	۶/۴۲	۴/۳۷	۷	۴	۵	۴	پویایی گروهی در سازمان های
۱۰/۷۳	۷/۹۶	۵/۵۹	۹	۷	۸	۳	دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی
۵/۰۱	۶/۴۲	۴/۳۱	۷	۴	۶	۳	شرایط اقلیمی مناسب منطقه
۸/۲۱	۹/۱۷	۵/۲۹	۱۰	۸	۷	۳	توسعه امکانات حمل و نقل
۱۰/۷۷	۸/۰۶	۵/۶۵	۹	۷	۸	۳	روند به رشد شهرنشینی
۵/۶۷	۶/۴۲	۴/۰۶	۷	۴	۶	۲	موقعیت مناسب فناوری های ارتباطی

*حد آستانه = ۷/۱۵

شاخص های موثر مولفه های بعد رفتاری

از میان ۷ مولفه موجود، روحیه کار گروهی، سبک رهبری، وجود فضای خلاق در سازمان در مقایسه با سایر مولفه ها مقدار معناداری آن ها کمتر از حد آستانه (۷/۵۵) می باشد حذف خواهند شد.

جدول (۵) 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_m^i	I_m^i	بیشترین	کمترین	بیشترین	کمترین	
۹/۶۱	۸/۹۷	۵/۰۹	۱۰	۸	۸	۳	به کارگیری خلاقیت شخصی
۵/۰۱	۶/۴۲	۴/۳۱	۷	۴	۶	۳	روحیه کار گروهی
۷/۵۵	۶/۹۶	۴/۷۷	۷	۵	۶	۳	سبک رهبری
۱۰/۵۵	۷/۹۶	۵/۴۹	۹	۷	۸	۳	داشتن توانایی تصمیم گیری
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	فرصت شناسی
۸/۵۸	۹/۰۷	۴/۷۹	۱۰	۸	۷	۲	داشتن سلامت روحی و روانی کارکنان

*حد آستانه = ۷/۵۵

شاخص های موثر مولفه های بعد ترویجی

از میان ۵ مولفه موجود، آموزش مردم در زمینه مسائل زیست محیطی در مقایسه با سایر ابعاد مقدار معناداری آن ها کمتر از حد آستانه (۸/۵۰) می باشد حذف خواهند شد.

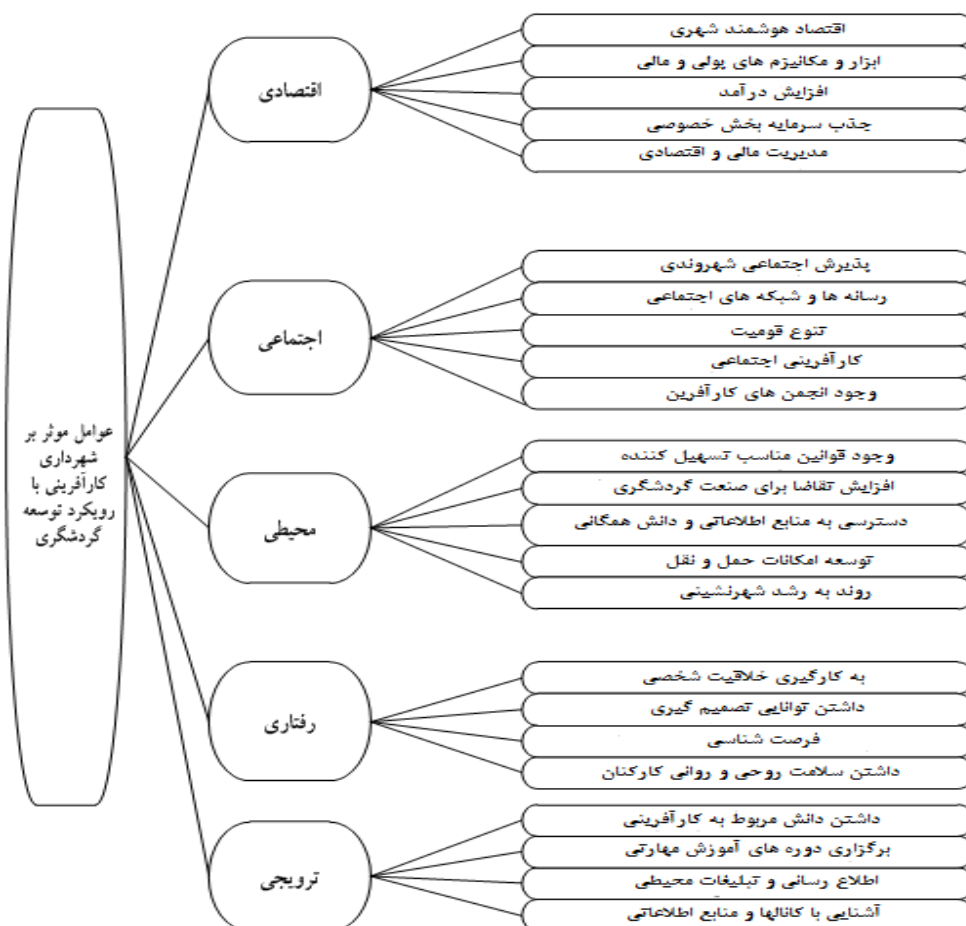
جدول (۶) مولفه های بعد ترویجی شهرداری کارآفرین بر اساس روش دلفی فازی

مقدار	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	اطلاع رسانی و تبلیغات محیطی
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

ارائه الگوی نهایی درآمد پایدار شهرداری با رویکرد توسعه گردشگری

به منظور شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر درآمد پایدار شهرداری با رویکرد توسعه گردشگری درخت تصمیم سلسله مراتبی ۲۳ عامل موثر در قالب ۵ عامل اصلی دسته بندی در نمودار (۱) طراحی گردد



شکل (۱) الگو نهایی درآمد پایدار شهرداری با رویکرد توسعه گردشگری

رتبه	وزن	مدیریت مالی و اقتصادی	جذب سرمایه بخش خصوصی	افزایش درآمد	ابزار و مکانیزم های پولی و مالی	اقتصاد هوشمند شهری	(A)
۲	۰/۲۳۰	۴/۵۹۴	۲/۶۶۷	۰/۴۰۷	۱/۲۴۵	۱	اقتصاد هوشمند شهری
۴	۰/۱۲۶	۱/۲۳۳	۱/۰۵۹	۰/۳۱۶	۱	۰/۸۰۳	ابزار و مکانیزم های پولی و مالی
۱	۰/۴۳۲	۴/۶۱۷	۴/۳۸۴	۱	۳/۱۵۹	۲/۴۵۹	افزایش درآمد
۳	۰/۱۵۱	۵/۸۷۵	۱	۰/۲۳۸	۰/۹۴۴	۰/۳۷۴	جذب سرمایه بخش خصوصی
۵	۰/۰۶۱	۱	۰/۱۷۰	۰/۲۱۶	۰/۸۱۱	۰/۲۱۷	مدیریت مالی و اقتصادی

IR=۰/۰۹<۰/۱

مقایسه زوجی عوامل فرعی اجتماعی

نتایج تحلیل جدول ۹ محاسبه شده اوزان عوامل فرعی اجتماعی نشان می‌دهد که عامل به کارآفرینی اجتماعی با وزن نسبی ۰/۲۶۶ در رتبه اول و پس از آن به ترتیب عامل رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی وجود انجمن‌های کارآفرین و تنوع قومیت‌ها در رتبه بعدی اهمیت قرار دارد.

جدول (۹) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی اجتماعی

رتبه	وزن	وجود انجمن های کارآفرین	کارآفرینی اجتماعی	تنوع قومیت ها	رسانه ها و شبکه های اجتماعی	پذیرش اجتماعی شهروندی	(B)
۵	۰/۱۵۴	۰/۳۷۲	۰/۷۸۴	۱/۳۷۹	۰/۷۵۰	۱	پذیرش اجتماعی شهروندی
۲	۰/۲۴۵	۱/۵۵۱	۰/۸۲۲	۲/۳۷۲	۱	۱/۳۳۲	رسانه ها و شبکه های اجتماعی
۴	۰/۱۶۱	۱/۶۵۷	۰/۷۵۸	۱	۰/۴۲۱	۰/۷۲۵	تنوع قومیت ها
۱	۰/۲۶۶	۲/۶۳۹	۱	۱/۳۱۹	۱/۲۱۶	۱/۲۷۵	کارآفرینی اجتماعی
۳	۰/۱۷۵	۱	۰/۳۷۸	۰/۶۰۳	۰/۶۴۴	۲/۶۸۶	وجود انجمن های کارآفرین

IR=۰/۰۹<۰/۱

مقایسه زوجی عوامل فرعی محیطی

نتایج تحلیل جدول ۱۰ محاسبه شده اوزان عوامل فرعی محیطی نشان می‌دهد که عامل دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی با وزن نسبی ۰/۳۲۸ در رتبه اول و پس از آن عامل افزایش تقاضا در صنعت گردشگری، توسعه امکانات حمل و نقل، وجود قوانین مناسب تسهیل کننده و عامل روند رو به رشد شهرنشینی در رتبه های دوم تا پنجم اهمیت قرار دارد.

جدول (۱۰) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی محیطی

[illegible]

مقایسه زوجی عوامل فرعی رفتاری

نتایج تحلیل جدول ۱۱ 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 فرصت شناسی، عامل داشتن سلامت روحی و روانی و عامل به کارگیری خلاقیت شخصی در رتبه بعدی اهمیت قرار دارد.

جدول (۱۱) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی رفتاری

رتبه	وزن	داشتن سلامت روحي و رواني	فرصت شناسي	داشتن توانايي تصميم گيري	به کارگيري خلاقيت شخصي	(D)
۴	۰/۱۵۰	۰/۶۲۵	۰/۶۲۲	۰/۳۹۴	۱	به کارگيري خلاقيت شخصي
۱	۰/۳۳۸	۱/۳۶۸	۱/۱۲۴	۱	۲/۵۳۶	داشتن توانايي تصميم گيري
۲	۰/۲۵۸	۰/۹۳۵	۱	۰/۸۸۹	۱/۶۰۶	فرصت شناسي
۳	۰/۲۵۳	۱	۱/۰۶۹	۰/۷۳۰	۱/۶۰۰	داشتن سلامت رواني و رواني

IR=۰/۱<۰/۰۰

مقایسه زوجی عوامل فرعی ترویجی

نتایج تحلیل جدول ۱۲ محاسبه شده اوزان عوامل فرعی ترویجی نشان می‌دهد که عامل اطلاع رسانی و تبلیغات محیطی با وزن نسبی ۰/۳۲۴ در رتبه اول و پس از آن عامل برگزاری دوره های آموزش مهارتی و عامل آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی و عامل داشتن دانش مربوط به کارآفرینی در رتبه بعدی قرار دارد

جدول (۱۲) ماتریس مقایسه زوجی عوامل فرعی ترویجی

رتبه	وزن	آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی	اطلاع رسانی و تبلیغات محیطی	برگزاری دوره‌های آموزشی مهارتی	داشتن دانش مربوط به کارآفرینی	(E)
۴	۰/۱۱۴	۰/۶۵۵	۰/۴۰۶	۰/۲۰۶	۱	داشتن دانش مربوط به کارآفرینی
۲	۰/۲۹۸	۰/۸۱۴	۰/۶۰۸	۱	۴/۸۳۶	برگزاری دوره‌های آموزشی مهارتی
۱	۰/۳۲۴	۱/۰۴۵	۱	۱/۶۴۳	۲/۴۵۹	اطلاع رسانی و تبلیغات محیطی
۳	۰/۲۶۴	۱	۰/۹۵۶	۱/۲۲۸	۱/۵۲۶	آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی

۰/۱<۰/۰۸IR=

اولویت بندی عوامل موثر بر شهرداری کارآفرین با رویکرد صنعت گردشگری

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 می گردد که نتایج این گام در جدول ۱۳ آمده است.

جدول (۱۳) اولویت بندی عوامل موثر بر درآمد شهرداری با رویکرد 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	اقتصاد هوشمند شهری	۰/۰۸۷	اقتصادی
۲۰	۰/۰۱۱	۰/۱۲۶	ابزار و مکانیزم های پولی و مالی		
۹	۰/۰۳۸	۰/۴۳۲	افزایش درآمد		
۱۸	۰/۰۱۳	۰/۱۵۱	جذب سرمایه بخش خصوصی		
۲۳	۰/۰۰۵	۰/۰۶۱	مدیریت مالی و اقتصادی		
۱۷	۰/۰۱۵	۰/۱۵۴	پذیرش اجتماعی شهروندی	۰/۱۰۰	اجتماعی
۱۱	۰/۰۲۵	۰/۲۴۵	رسانه ها و شبکه های اجتماعی		
۱۶	۰/۰۱۶	۰/۱۶۱	تنوع قومیت ها		
۱۰	۰/۰۲۷	۰/۲۶۶	کارآفرینی اجتماعی		
۱۴	۰/۰۱۸	۰/۱۷۵	وجود انجمن های کارآفرین		
۲۱	۰/۰۰۸	۰/۱۲۳	وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده	۰/۰۶۵	محیطی
۱۵	۰/۰۱۷	۰/۲۶۲	افزایش تقاضا در صنعت گردشگری		
۱۲	۰/۰۲۱	۰/۳۲۸	دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی		
۱۹	۰/۰۱۲	۰/۱۷۹	توسعه امکانات حمل و نقل		
۲۲	۰/۰۰۷	۰/۱۰۹	روند رو به رشد شهرنشینی		
۸	۰/۰۴۰	۰/۱۵۰	به کارگیری خلاقیت شخصی	۰/۲۶۸	رفتاری
۴	۰/۰۹۱	۰/۳۳۸	داشتن توانایی تصمیم گیری		
۵	۰/۰۶۹	۰/۲۵۸	فرصت شناسی		
۶	۰/۰۶۸	۰/۲۵۳	داشتن سلامت روحی و روانی		
۷	۰/۰۵۵	۰/۱۱۴	داشتن دانش مربوط به کارآفرینی	۰/۴۷۹	ترویجی
۲	۰/۱۴۳	۰/۲۹۸	برگزاری دوره های آموزشی مهارتی		
۱	۰/۱۵۵	۰/۳۲۴	اطلاع رسانی و تبلیغات محیطی		
۳	۰/۱۲۶	۰/۲۶۴	آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی		

نتیجه گیری و پیشنهادات

نتایج تحلیل محاسبه شده اوزان نهایی نشان می‌دهد (جدول ۱۳) که عامل اطلاع رسانی و تبلیغات محیطی با وزن نسبی ۰/۱۵۵ در رتبه اول و پس از آن برگزاری دوره‌های آموزش مهارتی در رتبه دوم و آشنایی با کانالها و منابع اطلاعاتی در رتبه سوم و به ترتیب داشتن توانایی تصمیم‌گیری، فرصت شناسی، داشتن سلامت روحی و روانی، داشتن دانش مربوط به کارآفرینی، به کارگیری خلاقیت شخصی، افزایش درآمد، کارآفرینی اجتماعی، رسانه‌ها و شبکه اجتماعی، دسترسی به منابع اطلاعاتی و دانش همگانی، اقتصاد هوشمند شهری، وجود انجمن کارآفرین، افزایش تقاضا در صنعت گردشگری، تنوع قومیت، پذیرش اجتماعی شهروندی، جذب سرمایه بخش خصوصی، توسعه امکانات حمل و نقل، ابزار و مکانیزم‌های پولی و مالی در منطقه، وجود قوانین مناسب و تسهیل کننده، روند رو به رشد شهرنشینی در منطقه، مدیریت اقتصادی و مالی از رتبه چهارم تا رتبه بیست و سوم اهمیت قرار دارند و بر اساس نتایج بدست آمده می‌توان الگویی مناسب برای درآمدهای پایدار شهرداری با تاکید بر گردشگری را طراحی و اجرا نمود.

پیشنهادهای کاربردی

بر اساس نتایج بدست آمده و تعیین مولفه‌های تاثیر گذار بر درآمد پایدار شهرداری با تاکید بر صنعت گردشگری بر اساس نشست و همفکری با مدیران شهری و کارشناسان ارشد شهرداری پیشنهادات کاربردی به شرح ذیل مشخص گردید.

۱- شناساندن فرصت‌ها و ظرفیت‌های بالقوه گردشگری به مدیران، کارمندان شهرداری، دستگاه‌های ذیربط و سرمایه‌گذاران به منظور پذیرش ایده‌های خلاقانه در شهر و تغییر نگرش آنها برای رسیدن به اهداف و برنامه‌های گردشگری و در نتیجه رسیدن به درآمد های پایدار

۲- ایجاد بانک اطلاعاتی و تهیه بروشورهایی (اطلس گردشگری) در راستای معرفی شهرها و جاذبه‌های گردشگری

۳- برگزاری همایش‌ها، دوره‌های آموزشی و استارت آپ‌های شهری در جهت شکل دهی ایده‌های خلاقانه در سازمان و تغییر نگرش کارکنان برای رسیدن به اهداف و برنامه‌های گردشگری

۴ - بکارگیری مدیران شهری بخصوص شهرداران مصمم، توانمند، خلاق و مسئولیت پذیر با دانش و تجربه کافی و نگرش مناسب به گردشگری و کسب درآمد های پایدار

۵- بکارگیری مکانیسم های پولی و مالی (انتشار اوراق عرضه، فروش سهام و...) جهت تامین هزینه پروژه های گردشگری

۶- پیگیری شهرداری در جذب اعتبارات ملی و استانی در جهت تأمین منابع مالی مورد نیاز توسعه زیرساخت های گردشگری شهرها و امکانات زیربنایی لازم متناسب با اصول توسعه پایدار شهری

۷- تقویت و گسترش بازارهای منطقه ای و بازارچه های محلی، برگزاری نمایشگاه های صنایع دستی، جشنواره های اقوام و ... در راستای تبدیل شدن توانمندی های شهرها به نماد و جاذبه گردشگری (هفته فرهنگی گرگان- جشنواره پاییز هزار رنگ و...)

۸- تجهیز شهرداری های استان به سیستم های هوشمند، سایت ها و پرتال های تخصصی همانند اپ های کاربردی و سامانه های اینترنت برای شناساندن جاذبه های گردشگری و ظرفیتهای اقتصادی شهرها در جهت ماندگاری مسافری

۹- اجرای مطالعات طرح جامع گردشگری به جهت شناسایی وضع موجود و شناخت فرصت ها و مزیت های نسبی شهر در امور مربوط به درآمد پایدار و گردشگری .

۱۰- برگزاری نشست های تخصصی مدیریت شهری با شهروندان و توجیه آنها به چگونگی رفتار مناسب با گردشگران و همچنین منافع حاصل از حضور گردشگران - نگرش نوین شهروندان به وظایف شهرداری ها با توجه به نیازها و خواسته های آنها جهت اجرای پروژه های شهری مورد نیاز تملک فضاهای مسکونی و باغات مخروبه توسط شهرداری برای ایجاد امکانات تفریحی و توسعه گردشگری در مناطق شهری

۱۱- فراهم آوردن تسهیلات و راهکارهای آسان جهت مشارکت شهروندان در ساخت اماکن و کمپ های اقامتی و تفریحی

۱۲- بهینه سازی ساختار حمل و نقل درون شهری و برون شهری در راستای تسهیل در تردد گردشگران

۱۳- تشکیل اداره گردشگری در شهرداری ها در جهت تسهیل در جذب گردشگر و ایجاد درآمدهای پایدار

۱۴- اجرایی شدن قانون یکپارچگی مدیریت شهری جهت ایجاد تعامل مابین کلیه دستگاه های اجرایی شهر

منابع:

- الوانی. م، کهن هوش نژادر، 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 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 ۵۵-۷۱
- تقوایی، م، صفرآبادی، ا (۱۳۹۱)، توسعه گردشگری فرهنگی با تاکید بر جاذبه های تاریخی (مطالعه موردی: جاذبه های تاریخی شهر اصفهان) برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، دوره ۴ شماره ۱۲
- تقوایی، م، صفرآبادی، ا (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، م، اکبری، م (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 ی پایدار گردشگری شهری مطالعه موردی- شهر کرمانشاه، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال اول، شماره چهارم، ص ۵۲-۳۵
- خادم الحسینی. ا، بquam، (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
- رهبری، م. سمیعی، ر.ا،. اشرفی، م.، شجاعی، س.، (۱۳۹۷) شناسایی و الویت بندی ابعاد کارآفرینی سازمانی مبتنی بر نوآوری در تعاونی های لبنی کشور با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)، فصلنامه تعاون و کشاورزی، سال هفتم، شماره ۲۵ صفحه ۱۷۵-۱۹۵
- سعیدی مهرآباد؛ م، مهتدی، م (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
- سرمد، ز؛ بازرگان، ع؛ حجازی، ا (۱۳۸۶)، روش های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، انتشارات آگاه.
- فیض الهی، غلامعلی (۱۳۹۴) نقش گردشگری شهری در تأمین درآمد پایدار شهرداری ها (مطالعه موردی: شهرداری اصفهان)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد واحد نجف آباد .

- عبیدی 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

- 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 ۳، صفحات ۳۳-۱۸

-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.

-Gunday g.Ulusoy g.Killic.k & Alpkani.l.(2011) Effect of innovation types on firm performance .int.J.production Economic.123,662-676.

-Khoshkham,M.Marzuki,A.Al-Mulali,U.2016.Socio-demographic effects on Anzali wetland tourism development.journal of tourism management.vol 54(2016),96-106

-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

-Scheepers, M., Hough, J. and Bloom. J. (2008), "Nurturing the corporate entrepreneurship capability", *Journal of Southern African Business Review*, 12 (3), pp. 50- 75.

-Ture.(2013) Effects of some environmental challenges and caentralization 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.