



بررسی عوامل موثر بر توسعه‌ی کارآفرینی شهر بیدخت

راحیل مردانی^۱، حمید خفاجه^۲، علی اکبر نظری^۳

^۱موسسه غیر انتفاعی آبا (آبیک) ، r.mrd33@gmail.com

^۲موسسه غیر انتفاعی آبا (آبیک) Khafaje.hamid@yahoo.com

^۳موسسه غیر انتفاعی آبا (آبیک)، Dr.aliakbarnazary@yahoo.com

چکیده

هدف اصلی این مقاله بررسی عوامل موثر بر توسعه‌ی کارآفرینی در شهرستان بیدخت می‌باشد. بدین منظور در ابتدا پیشینه‌ی تحقیق همراه با تحقیقات صورت گرفته در این زمینه مورد بررسی قرار گرفت. پتانسیل‌های شهری و گردشگری آن مورد بررسی قرار گرفت. به عنوان عامل موثر بر توسعه گردشگری کارآفرینی در شهر بیدخت شناسایی شد و بر همین اساس پرسشنامه‌ای با هماهنگی و استفاده از نظرات گردشگران در غالب پرسشنامه بین ۱۰۰ نفر از گردشگران حاضر در محل صورت گرفت. داده‌های جمع‌آوری شده بعد از کد-بندی از طریق آزمون استاندارد و با استفاده از نرم‌افزار SPSS و مدل معادلات ساختاری مورد تحلیل قرار گرفت.

واژه‌های کلیدی

توسعه، کارآفرینی، بیدخت، گردشگری روستایی

مقدمه

ایران ظرفیت فراوانی برای جذب گردشگر دارد که متأسفانه تا حد زیادی از آن غفلت شده است. در سال ۲۰۱۵، ایران از نظر شاخص اولویت سفر و توریسم در جایگاه ۱۳۵ در دنیا قرار داشت که جایگاه مناسبی نیست و یکی از ضعف‌های کشور در این زمینه محسوب می‌شد [۱۰]. یکی از ویژگی‌های اقتصادی گردشگری تسلط موسسات کوچک و متوسط در این صنعت است. باید توجه داشت بسیاری از کشورهای در حال توسعه، گردشگری را سرآغازی برای کارآفرینی می‌دانند و همین مسئله یکی از مهم‌ترین نکات مثبت مقوله‌ی گردشگری در روند توسعه کشورها و مناطق به شمار می‌آید. بر اساس شاخص فعالیت‌های کارآفرینانه که دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۱۵ ارائه داده است [۱۰]. کارآفرینی یک روش تفکر و اقدام است که فرصت ذهن افراد را به خود مشغول کرده است و

براساس آن کل‌گرایشی در نگرش و رهبری متعادل به منظور خلق ارزش به وجود می‌آورد [۱۱]. به عبارت دیگر، کارآفرینی یعنی تمایل به اعمال ریسک‌های حساب شده هم در زمینه شغلی و هم مالی و سپس انجام هر کاری که برای ایجاد مزیت و امتیاز ممکن است [۱۱].

حمل و نقل یکی از جریانهای ضروری در مورد برنامه‌ریزی و توسعه‌ی کارآفرینی گردشگری روستایی نقش وسایل موتوری برای سفر به داخل روستا و یا اطراف آن است. هرچند در گردشگری روستایی، تنها تأثیرات جوی آلودگی هوا مورد نظر نیست چراکه افزایش خودروهای شخصی و استفاده‌ی آنها باعث رکود سیستم حمل و نقل در بسیاری از مناطق روستایی شده است. این امر نه تنها باعث میشود جابجایی ساکنان روستایی که خودرو شخصی ندارند یا نمی‌خواهند از آن استفاده کنند کاهش یابد، بلکه دستیابی به روستا را نیز برای گردشگرانی که از خودرو شخصی استفاده نمی‌کنند تقلیل میدهد [۹]. تبلیغات و اطلاع‌رسانی مطلوب جهت توسعه‌ی گردشگری هر منطقه لازم است از حداکثر تبلیغات ممکن و مناسب استفاده تا به تثبیت و تداوم رابطه‌ی مطلوب بین گردشگر و مناطق گردشگری مورد نظر اعم از جاذبه‌های طبیعی، مصنوعی و فرهنگی و غیره کمک کرد [۸]. توسعه‌ی صنایع دستی در جوامع روستایی صنایع روستایی با آن دسته از صنایعی که برای گردشگران جالب مینماید یک همپوشانی در اقتصاد روستایی و اوقات فعالیت به‌ویژه در فصول بیکاری و توقف کشت و زرع ایجاد میکند. در چنین فرصتی کارآفرین با بازآفرینی چنین ظرفیتهایی افزون بر درآمدزایی به پایداری و پویایی میراث فرهنگی کمک میکند [۹].