فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هفتم، شماره سوم (پیاپی ۲۵)، پاییز ۱۳۹۷
شاپای چاپی ۲۱۳۱-۲۳۲۲ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X- ۲۵۸۸
http://serd.khu.ac.ir
صفحات ۱۰۰-۸۷

عوامل مؤثر بر کارآفرینی روستایی با تأکید بر گردشگری الکترونیکی در استان گلستان

حمید رضائی؛ دانشجوی دکتری،گروه کارآفرینی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.
روح اله سمیعی*؛ استادیار،گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.
حسین دیده خانی؛ استادیار،گروه صنایع، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.
سامره شجاعی؛ استادیار،گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۰/۱۳ پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۰۴/۲۰

چکیده

هدف پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی روستایی با تأکید بر گردشگری الکترونیکی در استان گلستان بوده است. تحقیق حاضر از لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و توسعه ای است و از حیث روش اجرا از نوع تحقیقات توصیفی-پیمایشی و از نوع همبستگی قرار می گیرد و از روش دلفی فازی جهت انجام تحقیق استفاده شد. جامعه آماری تحقیق ۵۰ نفر است که از خبرگان و اساتید دانشگاهی منتخب و متخصص در کارآفرینی روستایی و گردشگری الکترونیکی که دارای ویژگی هایی نظیر در دسترس بودن، تجربه، تناسب رشته تحصیلی، مدرک دکتری، اشتغال به تدریس در دانشگاه، با سابقه پژوهشی و تألیف در این زمینه، انتخاب شده است. برای بررسی عوامل مؤثر بر کارافرینی روستایی از روش دلفی فازی استفاده شده و شاخص های گردشگری الکترونیک با روش تحلیل عاملی سنجش شده است. نتایج تحقیق نشان داد شش عامل خدمات اینترنتی، توسعه و آموزش نیروی انسانی، توسعه فرهنگ جامعه، حمایت های دولتی، امنیت و استفاده از اینترنت در سایر امور مرتبط با مردم، با عنوان مهمترین شاخص های گردشگری الکترونیک مؤثر بر کارآفرینی روستایی معرفی شده است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی روستایی، گردشگری روستایی، گردشگری الکترونیکی، استان گلستان.

* roohalla.samiee@gmail.com

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-03-29]

۱) مقدمه

امروزه مناطق روستایی کشورهای در حال توسعه، بویژه در کشور ما از چالش های متعددی از قبیل فقر، بیکاری پنهان، تخریب محیط زیست، تداوم نابرابری در توزیع فرصت ها و منابع میان نواحی شهری و روستایی رنج می برند، که بیانگر عدم موفقیت راهبردهای گذشته توسعه روستایی برای ارائه راه حل موفقیت آمیزی برای بر طرف ساختن آنها بوده است.از سویی دیگر، این راهبردها در توزیع منافع حاصل از رشد و توسعه نیز موفق نبوده و منجر به بروز و تشدید چالش های مذکور شده است(رضوانی و نجارزاده ،۱۶۵:۱۳۸۷). یکی از شناخته شده ترین راهبردهای توسعه روستایی،گردشگری و فرصت های مربوط به آن در زمینه کارآفرینی است(یغفوری و همکاران،۱۳۹۲). گردشگری آثار و پیامد های مثبت بسیاری بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارد و توانسته است توجه بخش عمومی و خصوصی را به خود جلب کند؛ اما ورود فناوری اطلاعات باعث ظهور حوزه جدیدی به نام گردشگری الکترونیکی گردیده است که پذیرش آن در بخش های مختلف گردشگری به میزان قابل توجهی منوط به دیدگاه مدیران نسبت به آن بوده و دیدگاه راهبردی مدیران عالی در ایجاد آمادگی، پذیرش، پیاده سازی و نهادینه کردن آن غیر قابل انکار است(دهدشتی شاهرخ و شکیبا جمال آباد،۱۸۱:۱۳۹۲). گردشگری الکترونیکی شامل ارائه خدمات مورد احتیاج گردشگران اعم از گردشگران داخلی و خارجی از طریق استفاده از فناوری اطلاعات و ابزار الکترونیکی در انجام فعالیت های گردشگری از برنامه ریزی تا اجراست. گردشگری الکترونیکی منطقهٔ مشترک بین گردشگری سنتی، امور حرفه ای مانند مدیریت، بازاریابی، مالی و فناوری اطلاعات است. نیازهای صنعت گردشگری به فناوری اطلاعات، با توجه به توسعهٔ نیازهای مصرف کنندگان و روش های جدید تسهیل کننده عملیات رو به گسترش است(Norhafiza & et al،2014).

از سویی، توسعهٔ فناوری اطلاعات، ابزار و قابلیت های بیشتری برای تأمین نیازهای این صنعت عرضه می کند. این فرآیند مانند مسیری است که در آن یک بخش باعث توسعه سایر بخش ها می شود و خود نیز حرکتش شتاب بیشتری به سمت جلو می گیرد. توسعهٔ پیوستهٔ فناوری اطلاعات در طی دو دههٔ گذشته ، کاربرد عمیقی برای کل صنعت گردشگری داشته است. فناوری اطلاعات یکی از عناصر اساسی محیط بیرونی در گردشگری است. فناوری اطلاعات یک شریک ضروری است که ارتباط بین مصرف کنندگان و تولید کنندگان را در سطح جهانی برقرار می سازد(محمودی میمند و همکاران ،۱۳۱:۱۳۹۲).

در شرایط کنونی که گسترش خدمات الکترونیکی، توسعه فناوری، بهبود خدمات دولت از طریق بهبود روش های مجازی در رأس برنامه‌های دولت قرار دارد برای توسعه روستاهای کشور که وابستگی شدیدی به کشاورزی دارند، می‌تواند بعنوان راهی برای وابستگی از درآمد محصولات کشاورزی و رهایی از اقتصاد تک محصولی باشد چرا که امروزه فناوری اطلاعات و ارتباطات محور توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-03-29]

حساب می‌آید و گردشگری الکترونیکی یکی از فرآورده های این فناوری رو به رشد است(Farkhondehzadeh & et al ،2013:565). با توجه به اینکه گردشگری به عنوان صنعتی رو به رشد که دائماً با تغییر تقاضای بازار رو به روست، بستری مناسب برای کارآفرینی به شمار می رود و فراهم کردن زمینه ای مناسب برای توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی می تواند کمک مؤثری به توسعه گردشگری جوامع روستایی محسوب گردد و از آنجا که گردشگری الکترونیکی تسهیل کننده گردشگری روستایی به شمار می رود، توجه به گردشگری الکترونیکی می تواند زمینه ساز توسعه پایدار کارآفرینی روستایی گردد چرا که از این طریق روستاییان کارآفرین عوامل مختلف تولید و بهره وری اقتصادی را در زمینه گردشگری گردهم آورده و با تلاش و کوشش خلاقانه فرصتها را شناسایی و بهره گیری کرده و در نهایت الگو و شیوه جدیدی از فعالیت و زیست اقتصادی مبتنی بر گردشگری را در مناطق روستایی خلق می کنند که منجر به حداکثر کردن بازده اقتصادی و به حداقل رساندن ریسک زیست اقتصادی با رهیافت پایداری در مناطق روستایی می شود (Sadr ،2013:163).

بنابراین، روستاییان کارآفرین، ذهنیت کارآفرینی و ظرفیتهای موجود را ترکیب کرده و یک فعالیت اقتصادی جدید و یا ارتقا یافته را به نام گردشگری روستایی خلق می کنند که جریان مداومی از درآمد و ثروت را برای آنها تولید می کند، بنابراین توسعه صحیح و پیگیرانه گردشگری الکترونیکی می تواند باعث رونق بسیاری از زیرساخت های اقتصاد هر کشوری شده و نقش بسزایی در افزایش سطح درآمد ناخالص ملی داشته باشد. باتوجه به اینکه گردشگری روستایی پیش درآمد توسعه صنعت گردشگری تلقی می شود و گردشگری الکترونیکی که آن را انقلاب گردشگری نامیده اند منشأ حرکت های اقتصادی و فرهنگی بالقوه به شمار می آید، بنابراین گردشگری الکترونیکی روستایی می تواند با قابلیت های گسترده خود نقش مهمی در توسعه پایدار کارآفرینانه ایفا نماید. بنا برگفته های وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات تاکنون ۸۰۰۰ روستا در ایران به صورت الکترونیک آماده سازی شده اند اما در دنیای مجازی نمودی نداشته و رویکرد گردشگری ندارند و از سویی بنابر گفته های مدیرکل دفتر امور روستایی و شوراهای استان گلستان، این استان به عنوان پایتخت گردشگری روستایی در نظر گرفته شده است اما هنوز نتوانسته نیاز گردشگران روستایی را تامین کند، بنابراین انجام چنین تحقیقی برای توسعه گردشگری الکترونیکی روستاها و بالتبع آن توسعه پایدار کارآفرینی روستایی امری ضروری است. هدف پژوهش حاضر طراحی الگوی توسعه پایدار کارآفرینی روستایی با تأکید بر گردشگری الکترونیکی در استان گلستان بوده است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-03-29]

۲) مبانی نظری

کارآفرینی روستایی از مهمترین مباحث مطرح در حوزه کارآفرینی در چند سال اخیر بوده است. کارآفرینی روستایی و کارآفرینان روستایی در اصل هیچ تفاوتی با سایر کارآفرینان و کارآفرینی ندارند. در واقع، کارآفرینان روستایی همان ویژگی هایی را دارند که کارآفرینان مناطق دیگر دارند، حتّی به دلیل بالا بودن ریسک در فعالیت ها و محیط های روستایی، همچنین به دلیل کمبود امکانات و ضعف مدیریت در محیط های روستایی، کارآفرینان روستایی باید به مراتب، قدرت ریسک پذیری بیشتری نسبت به دیگران داشته باشند. پترین (۱۹۹۴)، کارآفرینی روستایی را به سه صورت زیر تعریف می کند:

۱ - کارآفرینی به عنوان نیرویی می تواند، منابع دیگر را برای پاسخ گویی به یک تقاضای بی پاسخ بازار، بسیج کند؛

۲ - توانایی خلق و ایجاد چیزی از هیچ است؛

۳ - فرایند خلق ارزش، به وسیله ترکیب مجموعه واحدی از منابع در راستای بهره گیری از یک فرصت (Andrew & et al،2016:142).

کارآفرینی روستایی در سه سطح ممکن است اتفاق بیافتد:

۱-فردی که ویژگی هایی مثل سن، درآمد، تحصیلات، مالکیت و ...عوامل موثر بر این سطح از کارآفرینی است.

۲-افراد را جزئی از شبکه، جامعه یا کشور می داند و شامل دسترسی به بازار،حمل و نقل و ارائه خدمات می شود.

۳-شامل حمایت جوامع از کارآفرینی فردی و ایجاد خوشه های متمرکز می شود (فیض آبادی و زاهدی،۱۳۹۴:۲۹).

کارآفرینی روستایی را می توان به این صورت تعریف کرد : شناسایی فرصت های جدید ، نوآوری و خلاّقیت در فعالیت های کشاورزی و غیرکشاورزی، نوآوری و خلاّقیت در کاربری زمین و در واقع، استفاده بهینه، متنوع و نوآورانه از منابع روستا در راستای توسعه پایدار روستایی است(یاسوری و وطنخواه کلورزی،۱۳۹۴:۵۱). در تعریفی دیگر، کارآفرینی روستایی فعالیتی است که به مردم روستایی کمک می کند تا فرصتها را به فعالیت های اقتصادی سودآور تبدیل کنند(مرادی و جوان،۱۳۹۷:۲۸).

راهکاری جدید در نظریه های توسعه برای توانمند سازی و ظرفیت سازی در مناطق روستایی در جهت کاهش شکاف شهر روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار بوده و به عنوان یک راهبرد نوین در توسعه مناطق روستایی به علت ماهیت اشتغال زایی بالا، می تواند برای روستاییان، اشتغال مولد و برای بیکاران فصلی، اشتغال موقت ایجاد نماید و ماندگاری در روستا را تسهیل نماید(نظم فر و علی بخشی،۱۳۹۷:۱۵۲).

توریسم واژه ای فرانسوی از ریشه تور گرفته شده است. تور در زبان فرانسه به معنای زیر آمده است : حرکت دور این (چرخش)، عمل پیمودن، عمل پیمودن، طی کردن پیرامون، سیرکردن گردش نمودن(یوسفی و همکاران،۱۳۹۱:۱۴۲). واژه توریسم اولین بار در سال ۱۸۱۱ ، در محله ای به نام اسپورتینگ مارگازین (مجله ورزش) آمده، در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-03-29]

از مناظر طبیعی برای کسب لذت به کار رفت.ریشه یونانی این واژه، « توریست » است که از یونان به اسپانیا، سپس به فرانسه و از انجا به انگلیس وارد شده است. در قرن ۱۴ میلادی، کلمه tour به معنای « نوبت » یا « دوره خدمت » ، در قرن ۱۵ به معنای « حرکت دورانی » و در قرن ۱۷ به معنای « مسافرت کردن به اطراف » به کار رفت و در قرن ۱۸ و ۱۹ کلمات « توریست ها » و « توریست » از آن گرفته شد و در فرهنگ لغات فارسی، گردشگری را چنین تعریف کرده اند: در سفر کردن و شناخت؛ مسافرت برای تفریح و سرگرمی؛ و سفری که در آن مسافر به مقصدی می رود و سپس به محل سکونت خود باز می گردد. در تعریفی دیگر، گردشگری به جابجایی موقت مردم به مکانی خارج از محل زندگی و کار معمولی شان اطلاق شده است، به طوری که مسافران در مدت اقامت در مقصد، فعالیت هایی انجام می دهند و برای رفع نیازهای آن ها تسهیلات ویژه ای فراهم می شود.طبق تعریف سازمان بین المللی جهانگردی در سال ۱۹۹۱ ، توریسم عبارت است از:

گردشگری الکترونیک را می توان مؤلفه ای اساسی و از انواع گردشگری همگام با فناوری اطلاعات به شمار آورد که حداکثر دو دهه از ظهور آن نمی گذرد.مفهوم گردشگری الکترونیکی در برگیرنده کلیه اجزای کسب و کار از قبیل کسب و کار الکترونیکی، تحقیق و توسعه الکترونیکی، تولید محتوای الکترونیکی و ارائه خدمات الکترونیکی درحوزه گردشگری بوده است و به مجموعه ای از پایگاه های اینترنتی و استانداردها و پروتکل های خاص اطلاق می شود که با تولید و بازنشر اطلاعات در ساختارهای مختلف از قبیل متن، عکس و تصویر، کاتالوگ و بروشور، پیام های تبلیغاتی و حتی خدماتی از قبیل رزرو هتل و خرید الکترونیکی بلیط معنا می یابد (رستمی و همکاران ،۱۳۹۴).

گردشگری الکترونیک به معنای کاربرد کسب وکار الکترونیکی در مسافرت و گردشگری و به مفهوم دیجیتالی شدن همه فرایندها و زنجیره ارزش در گردشگری(مسافرت، مهمان پذیری و فروش غذا و مانند آن) است (هاشمی و همکاران ،۱۳۹۳:۷۶). گردشگری الکترونیک عبارت است از: دریافت خدمات الکترونیکی گردشگری با کمک فن آوری اطلاعات بطور مستقیم، به همراه طراحی سازمانی و آماده سازی اطلاعات اصلی بطور آنلاین با توجه به نواحی گردشگری، صنعت توریسم و تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات (2016، Dandison). گردشگری الکترونیک کنش پویا بین فناوری اطلاعات و ارتباطات از یک طرف و وجود توریسم از طرف دیگر به همراه تغییر و دگرگونی است (بمانیان و همکاران،۱۳۸۸:۷۹).

۳) روش تحقیق

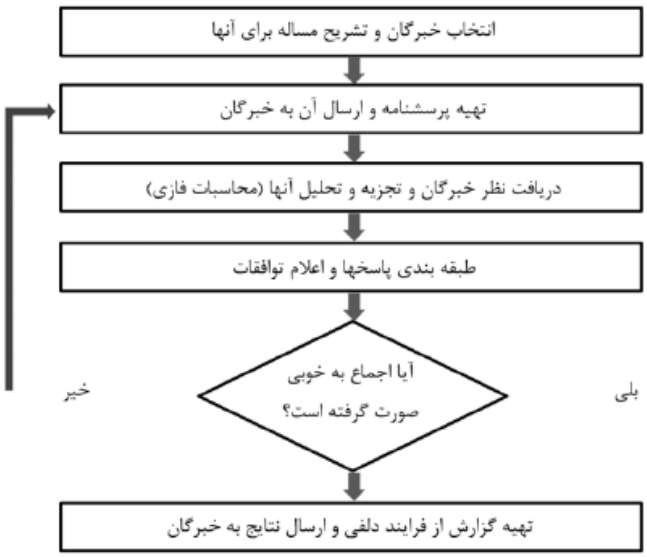
تحقیق حاضر از لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و توسعه ای است و از حیث روش اجرا از نوع تحقیقات توصیفی-پیمایشی و از نوع همبستگی قرار می گیرد و از روش دلفی فازی جهت انجام تحقیق

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-03-29]

استفاده می شود . جامعه آماری تحقیق شامل خبرگان و اساتید دانشگاهی منتخب و متخصص در راستای توسعه پایدار کارآفرینی روستایی و گردشگری الکترونیکی در روستاها که دارای ویژگی هایی نظیر در دسترس بودن، تجربه، تناسب رشته تحصیلی، مدرک دکتری، اشتغال به تدریس در دانشگاه، سابقه پژوهشی و تألیفی در این زمینه بودند، به تعداد ۵۰ نفر می باشند که از نظرات آنها استفاده شده است. در این تحقیق برای تعیین حجم نمونه از روش سرشماری بهره گرفته شد بنابراین تعداد حجم نمونه ۵۰ نفر تعیین شد و روش نمونه گیری تحقیق ، نمونه گیری قضاوتی و نمونه گیری گلوله برفی است. برای تعیین شاخص های گردشگری الکترونیکی از روش دلفی فازی استفاده شده است.

روش دلفی فازی

روش دلفی فازی ترکیبی از روش دلفی سنتی و تئوری فازی است و به نوعی تعمیم روش دلفی سنتی در علم مدیریت است. در روش دلفی فازی، اطلاعات لازم در قالب زبان طبیعی از خبرگان اخذ شده و به صورت فازی مورد تحلیل قرار می گیرند. روش دلفی فازی، روشی است به منظور تصمیم گیری و اجماع بر مسائلی که اهداف و پارامترهای آن به صراحت مشخص نیستند. بر اساس روش دلفی فازی، ابتدا نظرات گروه تصمیم گیرنده جمع آوری می شود و تخصیص عدد فازی مثلثی از دیدگاه خبرگان با توجه به واژۀ زبانی انتخاب شده از سوی آنان، به معیار موردنظر انجام می گیرد؛ زیرا گاهی اوقات استفاده از اعداد صریح در تصمیم گیری برای اینگونه مسائل بسیار مشکل و غیرعملی بوده است و به همین دلیل از اعداد فازی مثلثی استفاده می گردد. الگوریتم اجرای روش دلفی فازی در شکل(۱) نمایش داده شده است:



شکل شماره (۱) الگوریتم اجرای روش دلفی فازی

منبع: شکوهی و افرازه،۱۳۹۳:۸

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-03-29]

۴) یافته‌های تحقیق

در مرحله نخست پس از تکمیل پرسشنامه‌ها توسط خبرگان، نتایج آن مورد بررسی قرار گرفت. بدین ترتیب که مقادیر کیفی متغیرها به مقادیر کمی فازی تبدیل شده و میانگین فازی مربوط به هر معیار به طور جداگانه تعیین شد. جهت فازی کردن متغیرهای کلامی از مقادیر جدول (۱) استفاده شد:

جدول شماره (۱) تبدیل متغیرهای کلامی به اعداد فازی مثلثی

متغیرهای کلامی	عدد فازی مثلثی
زیاد	(۰/۵و۱و۱)
متوسط	(۰و۰/۵و۱)
کم	(۰و۰/۵و۰)

در ادامه به ترتیب مراحل شناسایی شاخص های گردشگری الکترونیکی به وسیله تکنیک دلفی فازی ارایه می‌شود:

جدول شماره (۲) نتایج شمارش پاسخ‌های مرحله اول نظرسنجی مربوط به معیارهای گردشگری الکترونیکی

معیارها	میزان موافقت		
	زیاد (۰/۵و۱و۱)	متوسط (۰و۰/۵و۱)	کم (۰و۰/۵و۰)
افزایش وب سایت‌های گردشگری	۳۳	۷	۱۰
توسعه خدمات الکترونیکی	۳۷	۵	۸
یکپارچگی سیستم‌های اطلاعاتی	۲۸	۱۷	۵
توسعه اینترنت	۳۳	۱۴	۳
نیروی متخصص	۸	۷	۳۵
همسوسازی راهبردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات با اهداف گردشگری	۸	۱۱	۳۱
افزایش سواد اطلاعاتی	۲۲	۱۸	۱۰
آموزش	۳۳	۷	۱۰
عوامل فرهنگی	۳۷	۵	۸
عوامل اجتماعی	۲۸	۱۷	۵
عوامل مدیریتی	۳	۱۴	۳۳
نرم‌افزارهای کاربردی	۱۷	۱۵	۱۸
سیستم‌های اطلاعاتی پشتیبان	۳۲	۱۰	۸
حفظ حریم شخصی افراد	۱۷	۱۵	۱۸
وجود قوانین حمایتی و اجرایی لازم	۲۳	۱۷	۱۰
امکانات مالی	۳۴	۱۴	۲
اطلاع‌رسانی عمومی	۳۵	۱۴	۱
وجود اطلاعات به روز	۴۲	۷	۱
گسترش شرکت‌های خصوصی در این زمینه	۲۷	۲۳	۰
توسعه بانکداری الکترونیکی	۲۹	۱۹	۲

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-03-29]

جدول شماره (۳) میانگین فازی نظرات خبرگان در مرحله نخست نظرسنجی و مقدار فازی زدایی شده گردشگری الکترونیکی

شاخص‌ها	میانگین فازی	میانگین فازی زدایی شده
افزایش وب سایت‌های گردشگری	(۰/۸و۰/۴۱و۰)	۰/۴۷
توسعه خدمات الکترونیکی	(۱/۳و۰/۳۶و۰)	۰/۴۸
یکپارچگی سیستم‌های اطلاعاتی	(۱/۱و۰/۴۲و۰)	۰/۴۱
توسعه اینترنت	(۱/۲و۰/۲۸و۰)	۰/۴۳
نیروی متخصص	(۰/۹و۰/۴و۰)	۰/۴
همسوسازی راهبردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات با اهداف گردشگری	(۱و۰/۳۸و۰)	۰/۴۳
افزایش سواد اطلاعاتی	(۰/۶و۰/۲۴و۰)	۰/۴۲
آموزش	(۰/۷و۰/۴۱و۰)	۰/۴۶
عوامل فرهنگی	(۰/۸و۰/۵۱و۰)	۰/۴
عوامل اجتماعی	(۱و۰/۳۱و۰)	۰/۴۵
عوامل مدیریتی	(۱/۲و۰/۲۸و۰)	۰/۴۳
نرم‌افزارهای کاربردی	(۰/۸و۰/۴۴و۰)	۰/۴۲
سیستم‌های اطلاعاتی پشتیبان	(۰/۸و۰/۵۲و۰)	۰/۳۸
حفظ حریم شخصی افراد	(۰/۸و۰/۴۸و۰)	۰/۴۳
وجود قوانین حمایتی و اجرایی لازم	(۱/۱و۰/۶۴و۰)	۰/۵
امکانات مالی	(۱و۰/۴۲و۰)	۰/۴۵
اطلاع‌رسانی عمومی	(۱و۰/۴۲و۰)	۰/۵۴
وجود اطلاعات به روز	(۱/۲و۰/۳۱و۰)	۰/۴۳
گسترش شرکت‌های خصوصی در این زمینه	(۰/۹و۰/۶۶و۰)	۰/۶۵
توسعه بانکداری الکترونیکی	(۰/۶و۰/۴و۰)	۰/۵۷

سپس میانگین فازی نظرات کلیه خبرگان در مورد هر معیار به دست آمده و مقادیر آن فازی زدائی شدند. روش فازی زدایی مورد استفاده در این تحقیق، روش مرکز سطح (مرکز ثقل) می‌باشد. مرکز ثقل سطح زیر نمودار تابع عضویت فازی به عنوان ارزش قطعی عدد فازی تعیین می‌گردد.

$$X=\frac{(c-a)+(b-a)}{3}+a$$

در این معادله X عدد قطعی، a مرز پایین تابع عضویت، b مؤلفه دارای بیشترین درجه عضویت و c مرز بالای تابع عضویت عدد فازی مثلثی نامتقارن است. با بررسی نتایج مرحله‌ی نخست نظرسنجی، میانگین‌های فازی زدایی شده‌ی معیارهای در پرسشنامه‌ای جدید به خبرگان اعلام شد. در پرسشنامه دوم علاوه بر اطلاعات مربوط به میانگین نظرات کلیه خبرگان، نظر قبلی هر خبره نیز ثبت شد تا پس از مقایسه‌ی آن‌ها، نظر جدید خود را در مورد معیارهای تأثیرگذار بر گردشگری الکترونیک ثبت کنند. نتایج نظرسنجی مرحله‌ی

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-03-29]

دوم در جدول (۴) آورده شده است. در این مرحله میانگین فازی زدائی شده‌ی نظرسنجی دوم نیز به دست آمده و اختلاف آن با میانگین فازی زدائی شده‌ی مرحله‌ی نخست نظرسنجی تعیین گردید.

جدول شماره (۴) نتایج شمارش پاسخ‌های مرحله دوم نظرسنجی مربوط به معیارهای گردشگری الکترونیکی

معیارها	میزان موافقت		
	زیاد (۱و۱و۰/۵)	متوسط (۱و۰/۵و۰)	کم (۰/۵و۰و۰)
افزایش وب سایت‌های گردشگری	۳۸	۱۲	۰
توسعه خدمات الکترونیکی	۳۳	۱۱	۶
یکپارچگی سیستم‌های اطلاعاتی	۳۵	۱۴	۱
توسعه اینترنت	۳۰	۱۶	۴
نیروی متخصص	۲۸	۲۱	۱
همسوسازی راهبردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات با اهداف گردشگری	۳۳	۱۱	۶
افزایش سواد اطلاعاتی	۳۵	۱۴	۱
آموزش	۱۰	۹	۳۱
عوامل فرهنگی	۳۱	۱۴	۵
عوامل اجتماعی	۲۷	۱۴	۹
عوامل مدیریتی	۳۰	۱۶	۴
نرم‌افزارهای کاربردی	۲۷	۱۲	۱۱
سیستم‌های اطلاعاتی پشتیبان	۵	۳	۴۲
حفظ حریم شخصی افراد	۲۷	۲۰	۳
وجود قوانین حمایتی و اجرایی لازم	۳۰	۱۰	۱۰
امکانات مالی	۳۱	۱۴	۵
اطلاع‌رسانی عمومی	۲۷	۱۴	۹
وجود اطلاعات به روز	۳۰	۱۶	۴
گسترش شرکت‌های خصوصی در این زمینه	۲۷	۲۳	۰
توسعه بانکداری الکترونیکی	۲۹	۱۹	۲

با توجه به دیدگاه‌های ارائه شده در مرحله اول و مقایسه‌ی آن با نتایج مرحله دوم، در صورتی که اختلاف بین دو مرحله کمتر از آستانه کم باشد در این صورت فرآیند نظرسنجی متوقف می‌شود. میزان اختلاف بین مراحل اول و دوم نظرسنجی در جدول (۵) قابل مشاهده است. با توجه به این که اعضای گروه خبره با معیارها موافق بوده‌اند و میانگین قطعی معیارها همگی بالای ۰/۴ می‌باشد، این شاخص‌ها بر اساس تکنیک دلفی فازی مورد قبول واقع شدند.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-03-29]

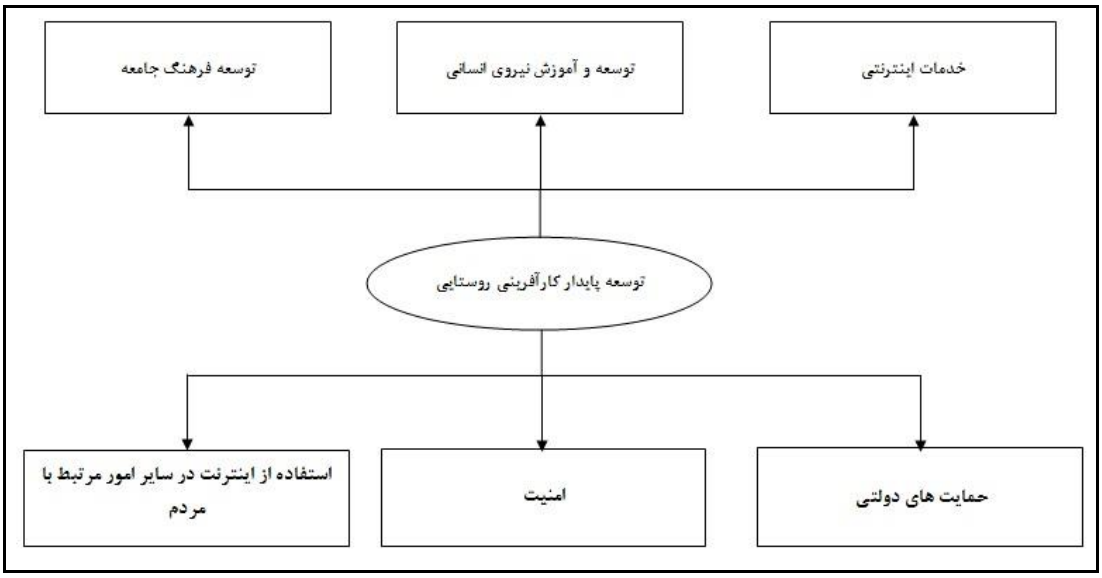
جدول شماره (۵) میانگین فازی نظرات خبرگان و مقدار فازی زدایی شده مرحله دوم گردشگری الکترونیکی

شاخص‌ها	میانگین فازی	میانگین فازی زدایی شده مرحله ۱	میانگین فازی زدایی شده مرحله ۲	اختلاف
افزایش وب سایت‌های گردشگری	(۰و۰/۴۶و۰/۹)	۰/۵۰	۰/۴۷	۰/۰۳
توسعه خدمات الکترونیکی	(۰و۰/۳۱و۱/۱)	۰/۴۱	۰/۴۸	۰/۰۷
یکپارچگی سیستم‌های اطلاعاتی	(۰و۰/۳۴و۰/۹)	۰/۴۴	۰/۴۱	۰/۰۳
توسعه اینترنت	(۰و۰/۲و۱/۱)	۰/۴۳	۰/۴۱	۰/۰۲
نیروی متخصص	(۰و۰/۳۶و۰/۹)	۰/۴۲	۰/۴	۰/۰۲
همسوسازی راهبردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات با اهداف گردشگری	(۰و۰/۳و۰/۹)	۰/۴۱	۰/۴۳	۰/۰۲
افزایش سواد اطلاعاتی	(۰و۰/۲۶و۰/۷)	۰/۲۹	۰/۳۲	۰/۰۳
آموزش	(۰و۰/۳۳و۰/۷)	۰/۳۴	۰/۳۲	۰/۰۲
عوامل فرهنگی	(۰و۰/۴۶و۰/۷)	۰/۴۸	۰/۴	۰/۰۸
عوامل اجتماعی	(۰و۰/۲۹و۱/۱)	۰/۴۸	۰/۴۵	۰/۰۳
عوامل مدیریتی	(۰و۰/۲و۱/۱)	۰/۵۱	۰/۴۳	۰/۰۸
نرم‌افزارهای کاربردی	(۰و۰/۴۶و۸)	۰/۴۹	۰/۴۲	۰/۰۷
سیستم‌های اطلاعاتی پشتیبان	(۰و۰/۴۶و۰/۸)	۰/۳۶	۰/۳۸	۰/۰۲
حفظ حریم شخصی افراد	(۰و۰/۴۸و۰/۸)	۰/۴۲	۰/۴۳	۰/۰۱
وجود قوانین حمایتی و اجرایی لازم	(۰و۰/۵۴و۱)	۰/۴۷	۰/۵	۰/۰۳
امکانات مالی	(۰و۰/۴۲و۱)	۰/۴۷	۰/۴۵	۰/۰۲
اطلاع‌رسانی عمومی	(۰و۰/۴۲و۱)	۰/۴۷	۰/۵۴	۰/۰۷
وجود اطلاعات به روز	(۰و۰/۲۱و۱)	۰/۴	۰/۴۳	۰/۰۳
گسترش شرکت‌های خصوصی در این زمینه	(۰و۰/۶۹و۱)	۰/۵۶	۰/۶۵	۰/۰۹
توسعه بانکداری الکترونیکی	(۰و۰/۵۷و۱)	۰/۵۲	۰/۵۷	۰/۰۵

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-03-29]

جدول شماره(۶) شاخص های شناسایی شده گردشگری الکترونیکی با استفاده از دلفی فازی

شاخص کلی	زیر شاخص ها
خدمات اینترنتی	افزایش وب سایت های گردشگری توسعه خدمات الکترونیکی یکپارچگی سیستم های اطلاعاتی توسعه اینترنت نرم افزارهای کاربردی سیستم های اطلاعاتی پشتیبان
توسعه و آموزش نیروی انسانی	نیروی متخصص افزایش سواد اطلاعاتی آموزش
توسعه فرهنگ جامعه	عوامل فرهنگی عوامل اجتماعی عوامل مدیریتی
حمایت های دولتی	وجود قوانین حمایتی و اجرایی لازم امکانات مالی
امنیت	حفظ حریم شخصی افراد
استفاده از اینترنت در سایر امور مرتبط با مردم	همسوسازی راهبردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات با اهداف گردشگری اطلاع رسانی عمومی وجود اطلاعات به روز گسترش شرکت های خصوصی در این زمینه توسعه بانکداری الکترونیکی



شکل شماره(۲)مدل مفهومی تحقیق

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-03-29]

۵) نتیجه‌گیری

کارآفرینان موتور محرکه توسعه اقتصادی هستند و در توسعه کشاورزی و بالاخص توسعه پایدار روستایی جایگاه ویژه ای دارند.توسعه پایدار روستایی را نیز می توان عاملی در بهبود شرایط زندگی افراد متعلق به قشر کم درآمد ساکن روستا و خودکفا ساختن آنان در روند کلی توسعه یک کشور دانست. بنابراین با توجه به مفهوم کارآفرینی و توسعه روستایی می توان ارتباط این دو را فهمید وآنها را مکمل همدیگر قرار داد. در مبانی نظری به این امر اشاره شد که توسعه پایدار روستایی جایگاه ویژه ای در بحث توسعه پایدار دارد، بنابراین در عصر حاضر کارآفرینی با داشتن منافعی از جمله ایجاد اشتغال، بهبود کیفیت زندگی، توزیع متناسب درآمد، کمک به حل معضلات اجتماعی، ایجاد رفاه اجتماعی از طریق دولت و مردم و همچنین استفاده از منابع و فعال شدن برای بهره برداری عظیم ملی، عامل مهمی در توسعه و رفاه ملل مختلف بوده است. بنابراین مسأله کارآفرینی از دیر باز وجود داشته و همیشه عامل مهمی در شکوفایی و توسعه روستاها قلمداد شده است. گردشگری روستایی بالاخص گردشگری طبیعی روستایی که به نام اکوتوریسم روستایی تسمیه یافته است، از مهم ترین رویکردهای اقتصاد گردشگری در راستای بهره وری بهینه و پایدار از منابع طبیعی و زیست بوم روستایی به شمار می رود که از جنبه های فرهنگی و اجتماعی، اقتصادی و معیشتی و رشد و پیشرفت رشد ناخالص ملی مورد التفات فزاینده ای قرار گرفته است . در واقع می توان منابع طبیعی و جاذبه های گردشگری شرایط فعلی ایران را گنجینه و منابعی دانست که باید در راستای استفاده بهینه، گسترش توجه گردشگران داخلی و خارجی به منابع و جاذبه های روستایی و روش های مدیریت موثر و کارآمد این صنعت راهکارهایی ارایه شود و با توجه به گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات، لازم است تا از این فناوری در توسعه و مدیریت گردشگری روستایی بهره برد.یکی از مهم ترین ابعاد کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات ، دگردیسی در گردشگری و فرم جدید جاذبه های میراث فرهنگی و در واقع تولد گردشگری الکترونیکی روستایی است که بازدید از میراث فرهنگی و تاریخی یک روستا، به همراه کلیه اطلاعات و آگاهی از امکانات مربوطه را، میسر کرده است. باتوجه به این که گردشگری روستایی پیش درآمد توسعه صنعت گردشگری تلقی می شود و گردشگری الکترونیکی که آن را انقلاب گردشگری نامیده اند، منشا حرکت های اقتصادی و فرهنگی باالقوه به شمار می آید، بنابراین توسعه پایدار کارآفرینی روستایی می تواند با قابلیت های گسترده خود نقش مهمی در توسعه گردشگری الکترونیکی ایفا نماید. با توجه به نتایج به دست آمده ، پیشنهادات زیر در خصوص تحقیق ارائه می گردد :

- ✓ *دست‌اندرکاران حوزه سیاست‌گذاری گردشگری الکترونیکی استان گلستان در راستای طراحی بسته‌های ترغیب‌کننده و همچنین امن کردن فضای کسب وکار گردشگری قانون‌گذاری کنند و*

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-03-29]

برای ایجاد اراده در مدیران ارشد این حوزه، آموزش و فرهنگ سازی را در دستور کار خود قرار دهند.

- ✓ *برای فرهنگ‌سازی استفاده از خدمات الکترونیکی و گردشگری الکترونیک برنامه‌های ملی و منطقه‌ای در استان گلستان طراحی و اجرا شود.*
- ✓ *به جهت کاربرد صحیح فضای مجازی به آموزش صحیح گردشگران پرداخته و برای افزایش سرعت آموزش از مشوق های صحیح و مناسب استفاده شود.*
- ✓ *پایگاه های اطلاع‌رسانی دیجیتالی و کارت‌های الکترونیکی اعتباری برای استفاده از مراکز گردشگری و روش آن برای گردشگران روستاهای استان گلستان راه‌اندازی شود.*
- ✓ *نرم‌افزارها و برنامه‌های کاربردی در فضای گردشگری الکترونیکی توسعه یابد و این حوزه با استفاده از مواردی مانند تصاویر سه‌بعدی و بازی‌هایی مبتنی بر سفرهای مجازی جذاب شود.*
- ✓ *اطلاع رسانی ظرفیت های فرهنگی و تاریخی و گردشگری استان گلستان از طریق کانال های مجازی در گردشگری.*

۶) منابع

- بمانیان، محمدرضا، محمدرضا پورجعفر و هادی محمودی نژاد،(۱۳۸۸). **ارائه مدل پیشنهادی جهت پیاده سازی گردشگری الکترونیک در طرح های توسعه گردشگری روستایی(بررسی تطبیقی و ارائه مدل پیشنهادی با توجه به شرایط معاصر ایران)** ، فصلنامه مدیریت شهری، سال ۷،شماره۲۳،صص۸۷-۷۱.
- دهدشتی شاهرخ، زهره و غدیر شکیبا جمال آباد،(۱۳۹۲). **مدل ساختاری جهت شناسایی مؤلفه های استراتژیک اثربخش برنهادینه سازی گردشگری الکترونیک**، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال ۸ ، شماره ۲۲،صص۱۹۷-۱۷۰.
- رستمی, امیررضا، علی صنایعی، سید اکبر نیلی طباطبایی و مریم علیجانی،(۱۳۹۴). **گردشگری الکترونیک راهکار توسعه و کارآفرینی**، دومین کنفرانس ملی ایده های نوین در علوم مدیریت و اقتصاد، تهران، موسسه علمی کیان پژوهان.
- رضوانی، محمد رضا و محمد نجار زاده،(۱۳۸۷). **بررسی و تحلیل زمینه های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی، مطالعه موردی: دهستان برآآن جنوبی (شهرستان اصفهان)**، مجله توسعه کارآفرینی، سال ۱، شماره ۲،صص۱۸۲-۱۶۱.
- شکوهی، سعیده و عباس افرازه،(۱۳۹۳). **طراحی مدل انتقال فناوری و دانش نانو در ایران به روش دلفی فازی**، فصلنامه رشد فناوری، سال ۱۱، شماره۴۱،صص۱۳-۲.
- فیض آبادی یاسر، زاهدی شبنم،(۱۳۹۷). **تحلیل نابرابری های اقتصادی – اجتماعی توسعه در نواحی روستایی ایران**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره ۷،شماره۲۳، صص ۴۰-۱۹.
- محمودی میمند ،محمد ، حسن فارسیجانی و سارا طاهری موسوی،(۱۳۹۲). **ارائه الگوی ترکیبی عوامل مؤثر بر توسعه و پذیرش گردشگری مجازی در ایران** ، فصلنامه چشم انداز مدیریت بازرگانی، سال ۱۲،شماره۱، صص۱۴۳-۱۲۳.
- مرادی حوریه، جوان فرهاد،(۱۳۹۷).**عوامل مؤثر بر شکل گیری بنگاه های اقتصادی کارآفرینانه در روستاهای شهرستان کرمانشاه**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی،دوره۷،شماره۲۳،صص۳۶-۱۹.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-03-29]

- نظم فر حسین، علی بخشی آمنه،(۱۳۹۷).**تحلیل نابرابری فضایی شاخص های توسعه در نواحی روستایی استان اردبیل**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره۷،شماره۲۷،صص۱۶۴-۱۴۵.
- هاشمی سیدسعید، محمدرضا محبوب فر، ندا خاکی، فیروزه مختاری،(۱۳۹۳). **تحلیل عوامل مؤثر در برنامه ریزی توسعه گردشگری الکترونیک با استفاده از مدل راهبردی SWOT مورد مطالعه: کشور ایران**، نشریه گردشگری، سال ۱،شماره۲، صص۸۴-۷۳.
- یغفوری ،حسین ، محمدرضا علیزاده و فاطمه اسلام فرد،(۱۳۹۲). **ارزیابی توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر رتبه بندی جاذبه های تفرجی روستاهای هدف گردشگری استان گیلان**، همایش ملی توسعه روستایی، رشت، دانشگاه گیلان.
- یاسوری، مجید و ژیلا وطنخواه کلورزی،(۱۳۹۴). **نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی (دهستان گوراب پس شهرستان فومن)**، فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال ۵، شماره ۲۰،صص۵۹-۴۶.
- یوسفی، امیر عباس، رضا مختاری ملک آبادی و احمد خادم الحسینی،(۱۳۹۱). **بررسی تحلیلی- تطبیقی شاخصهای توسعه گردشگری الکترونیک در شهر اصفهان**، فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی محیطی ،سال ۲۳ ، شماره ۲،صص۱۵۰-۱۳۳.
- Andrew Seedhouse, Rebecca Johnson, Robert Newbery(2016), **Potholes and pitfalls: The impact of rural transport on female entrepreneurs in Nigeria**, Journal of Transport Geography, Vol 54,pp.140-147.
- Dandison C. Ukpabi & Heikki Karjaluoto(2016), **Consumers' acceptance of information and communications technology in tourism: A review**, Telematics and Informatics, In Press, Corrected Proof.
- Farkhondehzadeh ,Alireza, Robat Karim, Mahmod Reza, Roshanfekr, Mehdi, Azizi ,Jamshid, Hatami ,Farrokh Legha(2013), **E-Tourism: The role of ICT in tourism industry**, European Online Journal of Natural and Social Sciences, vol.2, No.3,pp.556-573.
- Norhafiza ,Md Sharif , Ku Azam, Tuan Lonik(2014), **Entrepreneurship as a Catalyst for Rural Tourism Development**, SHS Web of Conferences.
- Sadr, Seyed Mohammad Hossein(2013), **The Role of ICT in Tourism Industry on Economic Growth: Case study Iran**, European Journal of Business and Management, Vol.5, No.17,pp.159.166.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2024-03-29]