

طراحی الگوی شهرداری کارآفرین با محوریت آموزش گردشگری و نقش میانجی سرمایه اجتماعی

محمد ابراهیم جرجانی^۱، مجید اشرفی^۲، سید محمدرضا حسینی^۳، محمودرضا چراغعلی^۴

چکیده

هدف کلی این پژوهش، طراحی الگوی شهرداری کارآفرین با محوریت آموزش گردشگری (مولفه های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی) و نقش میانجی سرمایه اجتماعی بود. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی بوده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران و کارشناسان شهرداری گرگان به تعداد ۴۰۰ نفر بود که با استفاده از جدول نمونه گیری کرجسی و مورگان، تعداد ۱۹۶ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. در این پژوهش از روش کتابخانه‌ای و روش میدانی برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته شهرداری کارآفرین (۸ سؤال)، سرمایه اجتماعی (۶ سؤال) و توسعه آموزش گردشگری (۱۵ سؤال) بوده است. جهت بررسی روایی پرسشنامه‌ها از روش روایی محتوایی 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. پایایی پرسشنامه از طریق آزمون آلفای کرونباخ با میزان ۰/۸۶۲. مورد تأیید قرار گرفت. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از نرم افزار smart pls استفاده گردید. نتایج نشان داد که شهرداری کارآفرین بر آموزش گردشگری تأثیرگذار است و همچنین شهرداری کارآفرین بر سرمایه اجتماعی تأثیرگذار است. لذا الگوی شهرداری کارآفرین می‌تواند راه را برای گسترش توسعه آموزش گردشگری و به تبع آن افزایش مشارکت از طریق توسعه سرمایه اجتماعی فراهم سازد.

کلیدواژه‌ها: شهرداری کارآفرین، آموزش گردشگری، سرمایه اجتماعی.

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۸/۱۴

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۶/۲۲

-
- ۱- دانشجوی دکتری کارآفرینی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران
 - ۲- استادیار گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران (نویسنده مسئول)
mjd_ashrafi@aliabadiu.ac.ir
 - ۳- استادیار گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران
 - ۴- استادیار گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

مقدمه

در سالهای اخیر، کارآفرینی به عنوان راهکاری که مورد اقبال عموم می‌باشد، در جهت بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی مطرح شده است (مک کلاین^۱، ۲۰۰۴). با این حال همه سازمان‌ها برای بقا، نیازمند اندیشه نو و نظرات بدیع و تازه‌اند؛ زیرا افکار و نظرات جدید، همچون روحی در کالبد سازمان دمیده می‌شوند و آن را از نیستی و فنا نجات می‌دهند. در عصر حاضر برای بقا و پیشرفت و حتی حفظ وضع موجود، باید جریان نوجویی و نوآوری را در سازمان تداوم بخشید تا از رکود و نابودی آن جلوگیری شود (الوانی، کهن هوش نژاد، صفری، خدامرادی، ۱۳۹۲). شهرداری‌های کارآفرین امروزه به عنوان راه کاری مورد اقبال عمومی در جهت بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی کلیه آحاد جامعه مطرح گردیده و پتانسیل‌های موجود در محیط زندگی تکلیف مدیران شهری را در بهره‌گیری خلاقانه از این ظرفیت‌ها دو چندان کرده است. شهرداری‌ها قابلیت 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، توان اطلاع رسانی بالا و امکانات تبلیغاتی گسترده تشویق فعالیت‌ها به سمت فعالیت‌های مولد دفاتر اداری در تمام مناطق شهر امکانات دسترسی به آمار و اطلاعات و آشنایی با روحیه شهروندان و فرصت‌ها و تهدیدهای شغلی دسترسی به بازارچه‌های مختلف اشاره کرد (حسینی، ۱۳۹۳). یکی از ابعاد که سبب شده است نقش شهرها در دهه‌های اخیر بیش از گذشته چشم‌گیر و اثرگذار باشد سهم آنها در توسعه اقتصادی کشورها و جهان است، اگر تا دیروز نام شهری با مفهوم جغرافیایی معنا داشت، امروز شهر با مفهوم اقتصادی پرمعناست و بخش مهمی از این تحول به دلیل رشد فرایند شهرنشینی در یک قرن اخیر است (بدیعی، ۱۳۹۸). کارآفرینی شهری به آن دسته از فعالیت‌های اطلاق می‌شود که در راستای تامین نیازهای نو آورانه شهرداری‌ها، بهبود سطح زندگی، تامین خدمات مورد نیاز، درآمد زایی و ایجاد اشتغال برای شهروندان انجام می‌گیرد (تاری^۲، ۲۰۱۳). تقویت کسب و کارهای خانگی، تقویت خود اشتغالی و ایجاد مراکز رشد شهری به عنوان ساختاری برای حمایت از کسب و کارهای نوپای در عرصه زندگی شهری می‌تواند از نمادهای عینیت بخشی به کار آفرینی شهری باشد (ایمانی پور و کنعانی، ۱۳۸۶: ۱۲). شهرداری‌ها تنها نهاد عمومی هستند که

1 - McCline

2 - Ture

پتانسیل کافی برای حمایت موثر و فرهنگ سازی در زمینه کارآفرینی شهری را در اختیار دارند. در میان تمام نهادهای عمومی فقط شهرداری‌ها هستند که قادر به حضور در تمامی مناطق، نواحی و محلات شهری هستند و می‌توانند خدمات خود را به صورت سازماندهی شده در اختیار عموم شهروندان قرار دهند. علاوه بر اینها شهرداری‌ها از امکانات بالقوه و بالفعل موجود در شهرها و به ویژه اماکن بلا استفاده مطلعند، اداره فرهنگ سراها و مراکز فرهنگی و آموزشی وابسته را در اختیار دارند و کنترل امکانات تبلیغاتی شهری، بوستان‌ها و معابر و ... در اختیار آنهاست (کنعانی، ۱۳۸۶: ۵). بنابراین منظور از شهرداری کارآفرین، شهرداری است که پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های محلی برای کارآفرینی را شناسایی می‌کند از ایده‌های خلاق و مشاغل محلی و خانگی حمایت و پشتیبانی می‌کند و با اجرای فعالیت‌های تشویقی و ترویجی، کارآفرینی را در سطح شهر توسعه می‌بخشد (حسینی نصب، ۱۳۹۸).

امروزه گردشگری یکی از منابع اصلی درآمد ملی کشورهای توسعه یافته و برخی کشورهای در حال توسعه را تشکیل می‌دهد. در این میان، کشورهای تراز اول در صنعت گردشگری، هر یک بنا به پتانسیل‌های موجود در کشور خود توانسته‌اند زمینه و فاکتورهای اساسی را برای توسعه گردشگری فراهم کنند و با سرمایه گذاری در این صنعت اکنون شاهد به بار نشستن تلاش‌هایشان هستند و بیشترین سهم را نسبت به سایر کشورها از این صنعت برده‌اند. براساس پیش بینی کارشناسان اقتصادی دنیا، صنعت گردشگری از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ می‌تواند از سودآورترین صنایع جهان بوده و حتی از صنعت نفت و خودرو هم پیشی گیرد و در شمار سه صنعت عمده جهان محسوب می‌شود (سیگو و رومانیا، ۲۰۱۴). از این رو گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی سودآور مورد توجه کشورها قرار گرفته است. این پدیده در مدتی کوتاه توانسته است ارقام بزرگی از مبادلات جهانی را به خود اختصاص دهد. براساس جدیدترین گزارش سازمان جهانی جهانگردی، فرانسه با ۷۵ میلیون نفر گردشگر (۵۳۴۷ میلیارد دلار درآمد)، بیشترین تعداد گردشگر و آمریکا بالاترین درآمد گردشگری را در جهان داشته است. در بین کشورهای مدیرانه نیز ترکیه در دوره چهار ساله اخیر رکورد دار بوده است. این در حالی است که ایران با برخورداری از منابع سرشار محیطی و بهره‌گیری از پشتوانه تاریخی- تمدنی و فرهنگی

چند هزار ساله از قابلیت ویژه ای برای توسعه صنعت گردشگری برخوردار است، اما به لحاظ عدم شکوفایی این کارکردها، نتوانسته جایگاه درخور توجهی را کسب کند. زیرا، اقتصاد تک محصولی متکی بر درآمدهای نفتی، مانع از توجه به این بخش از اقتصاد در کشور شده است. در این میان شهرداری می‌تواند زمینه ساز پیشرفت توسعه‌ی گردشگری در هر شهری باشد (مبهوت و قدمگاهی، ۱۳۹۲). از سویی، کارآفرین بودن شهرداری در حوزه آموزش گردشگری، نیازمند پیش‌زمینه‌هایی است تا شهرداری بتواند در این حوزه موفق عمل نماید و به‌عنوان سازمانی کارآفرین، در حوزه گردشگری موفق عمل نماید (چانگ و لی، ۱۹۹۹) که این امر نیازمند شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر آن از طریق مطالعات میدانی و بررسی تخصصی و مصاحبه با کارشناسان و متخصصان این امر می‌باشد.

در حال حاضر با توجه به اینکه بخش عمده جمعیت کشور در شهرها ساکن هستند، لزوم به‌کارگیری تدابیر مؤثر از سوی سازمان‌ها و ارگان‌هایی که در مدیریت شهری نقش تعریف شده‌ای دارند احساس می‌شود که یکی از این نهادها که نقش محوری در جهت بالا بردن کیفیت زندگی در محیط شهری، فراهم نمودن امکانات و ارائه خدمات را ایفا می‌کنند، شهرداری است. شهرداری، موسسه مستقل و عمومی است که به‌منظور اداره امور از قبیل عمران و آبادی، بهداشت، تأمین رفاه شهر و آسایش اهالی شهر به‌عنوان زیستگاهی مطلوب تأسیس شده است (مرادی مکر، ۱۳۹۷: ۱۰۳). در اغلب کشورها شهرداری‌ها بزرگ‌ترین نقش را در توسعه گردشگری شهری دارند و این ارگان در مناطق مختلف دنیا در پرتو اختیارات و مدیریت قوی که دارند، اقدامات جدی برای جذب گردشگران به عمل می‌آورند و با ایجاد مناظر زیبا و بازسازی فضاهای کهن شهری اقدام به جذب هر چه بیشتر گردشگران داخلی و خارجی می‌کنند. اهمیت این مسئله را می‌توان این‌گونه تشریح نمود که بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به‌عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند (قبادی، ۱۳۹۸: ۶۹). با این توصیف، شهرداری‌ها می‌توانند نقش بسزایی در حوزه گردشگری داشته باشند و در قوانین و برنامه‌های توسعه نیز به آن اشاره شده است. به‌عنوان مثال در ماده ۱۳۶ برنامه سوم، بحث واگذاری

تصدی‌های مرتبط با مدیریت شهری به شهرداری‌ها مطرح شده است که بخشی از این امور در حوزه فعالیتی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری است؛ بنابراین می‌توان گفت که بسیاری از تصدی‌ها در سطح مدیریت شهری با بحث گردشگری هماهنگی و ارتباط مستقیمی دارند. در ماده ۱۳۷ برنامه سوم توسعه، قسمتی از وظیفه حفظ بناهای فرهنگی و معماری سنتی به شهرداری‌ها واگذار شده است. طبق ماده ۱۶۱؛ انجام بخشی از مسئولیت‌های مربوط به تأسیسات و فضاهای فرهنگی حفظ بافت تاریخی شهرها و طبق ماده ۱۶۶؛ هویت بخشی به سیما و کالبد شهرها بر اساس ویژگی‌های معماری و شهرسازی ایرانی اسلامی، از موارد دیگری هستند که به شهرداری‌ها واگذار شده و هرگونه فعالیت شهرداری‌ها در این زمینه‌ها در واقع کمک به رونق گردشگری شهری محسوب می‌شود (فهلپانی، ۱۳۹۳: ۶). در راستای تحقق توسعه پایدار شهری می‌بایست شرایطی فراهم شود تا امکان بسترسازی توسعه پایدار انسانی و بهبود رفاه اجتماعی شهروندی فراهم گردد که در این بستر می‌توان به برقراری عدالت اجتماعی، طراحی اقلیمی هماهنگ با محیط زیست انسانی، تقویت ساختارهای همبستگی اجتماعی همچون تعهد و مسئولیت‌پذیری، تقویت بنیان‌های اجتماعی و خانوادگی و احیای محیط زیست همگانی و ایجاد انتظام ساختاری در فضای شهری برای ادراک زیباشناختی و خوانایی شهری و بهبود بهره‌گیری از فضاهای شهری و افزایش رضایت شهروندی و یکپارچگی بخشی به ساختار بصری محیط منظر شهری اشاره کرد. از سوی دیگر، برخی دیگر از پژوهشگران همچون ارباب^۱ (۲۰۱۱)، اذعان دارند که سرمایه اجتماعی در یک جامعه می‌تواند اثر بسزایی بر توسعه پایدار شهری داشته باشد که در تعریف آن می‌توان گفت، سرمایه اجتماعی محصول تعاملات اجتماعی با قابلیت کمک به بهزیستی اجتماعی، مدنی یا اقتصادی یک اجتماعی هدفمند و دارای هدف مشترک است (به نقل از درستی، ۱۳۹۷: ۱۷۵). مفهوم سرمایه اجتماعی به یکی از بحث‌انگیزترین و جنجالی‌ترین مفاهیم علوم اجتماعی و پژوهش‌های توسعه تبدیل شده است و حجم ادبیات دانشگاهی و سیاسی مرتبط با آن، به شدت رو به افزایش است. پاتنام (۲۰۰۲)، سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای اجتماع شده و در نهایت، منافع متقابل آن‌ها را تأمین خواهد کرد. از نظر وی اعتماد و ارتباط متقابل اعضا در شبکه به‌عنوان منبعی

هستند که در کنش‌های اعضای جامعه موجود است (مرصوصی، ۱۳۹۷: ۱۲۶). همچنین می‌توان گفت، منظور از سرمایه اجتماعی، انسجام درونی فرهنگی و اجتماعی جامعه، هنجارها و ارزش‌های حاکم بر تعاملات فی‌مابین مردم و نهادهایی است که این هنجارها و ارزش‌ها در آن جریان می‌یابد. در واقع سرمایه اجتماعی به منزله چسبی است که انسجام جوامع را تضمین می‌کند و بدون آن هیچ رشد اقتصادی یا بهزیستی انسانی میسر نمی‌شود (نصرالهی، ۱۳۹۲: ۶۳). سرمایه اجتماعی را می‌توان حاصل روابط در جامعه دانست و آن را به مجموع منابعی که در ذات روابط سازمان اجتماعی به وجود می‌آیند و زندگی اجتماعی را مطلوب‌تر می‌سازند، اطلاق کرد. ضمن آنکه می‌توان گفت، این مفهوم دربرگیرنده همه تعاملات، روابط، مشارکت، تعهد و علاقه‌ای است که افراد جامعه را به هم پیوند می‌زند و اهمیت اجتماعی خود می‌تواند بر ابعاد امنیت اعم از اقتصادی، سیاسی، قضایی و اجتماعی-روانی تأثیر بگذارد. با تعاریف ارائه‌شده می‌توان گفت، در جوامعی که میزان سرمایه اجتماعی آن کاهش می‌یابد گسیختگی‌ها و شکاف‌های ژرفی در میان گروه‌های اجتماعی آن پدیدار می‌گردد و باعث می‌شود که ضربه‌گیرهای اجتماعی آنکه شامل شبکه‌های رسمی و غیررسمی سازمان‌ها و هنجارهای اجتماعی مربوط به مشارکت نیروی کار و دستیابی به آموزش هست به صورت صحیح عمل نکند و جامعه را با بحران‌های گوناگون روبرو سازد (ریعی، ۱۳۹۷: ۲). آنچه از تعاریف متعدد سرمایه اجتماعی برمی‌آید این است که این مفهوم دربردارنده مفاهیمی همچون اعتماد، همکاری و روابط متقابل بین اعضای یک گروه است. به نحوی که سرمایه اجتماعی، سبب می‌شود گروه به سمت ارزش‌ها و هنجارهای تحسین و مثبت شده در جامعه گام بردارد (درستی، ۱۳۹۷: ۱۷۲).

لوکس^۱ (۲۰۱۳) در مقاله خود با استفاده از یک مدل ساختاری به بررسی رفتار کارآفرینانه و نوآورانه در سازمان‌های 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 گروه‌های سازمانی جهت خلق ایده‌ها و تجمع آن ایده و تجمع آن و از بین بردن موانع سازمانی می‌توان سازمان را به سوی رفتارنوآورانه سوق داد (به نقل از رخس ماه، ۱۳۹۸). آربانو^۲ و دیگران (۲۰۱۱) در طرح پژوهشی با عنوان بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی

1 - Lukes

2- Urbano

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. بلوسوا^۱ و دیگران (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 دیگران (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 فعالیت های کارآفرینان کارکنان، رابطه مثبت و معنادار و با عامل محدودیت های سازمانی رابطه منفی و معناداری وجود داشت. چن^۳ و دیگران (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 معنی داری وجود داشت.

منور ارغا، آزادخانی و کریمی دوستان (۱۳۹۶) پژوهشی تحت عنوان نقش گردشگری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری به اتمام رساندند. 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. یوسفی، نادری، رضایی و شیری (۱۳۹۵) 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 دادند. 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. رئیسی، شیهکی تاش، سالارزهی و ولی نفس (۱۳۹۵)

1- Belousova

2- Scheepers

3- Chen

باعنوان شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: شهرستان سرباز) پرداختند. 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 کشاورزان برای کارآفرینی کشاورزی، تسهیل هم افزایی شبکه ای و افزایش توان رقابت (فضای آزاد بازار) کشاورزان کمک کند. خادم الحسینی و بقاء (۱۳۹۴) تحقیقی با عنوان 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 همهانگ 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، صفری و قلمکاری (۱۳۹۳) 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.

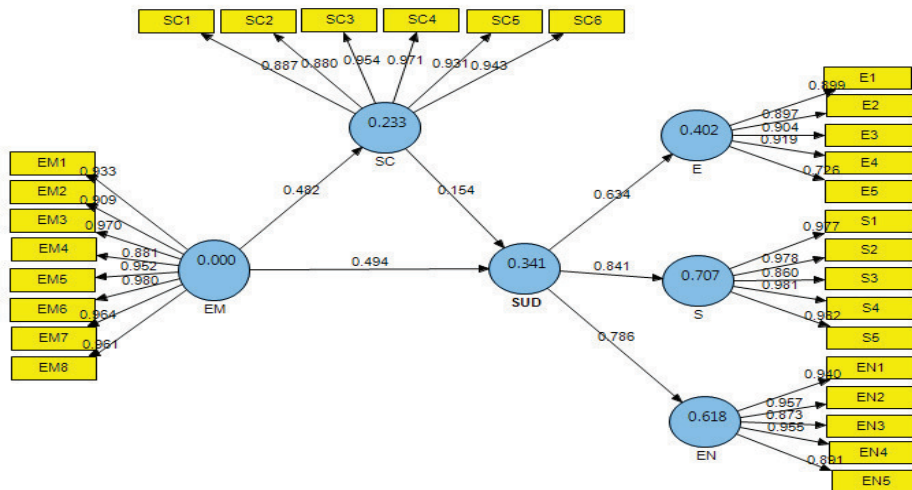
با توجه به پتانسیل‌های بالای استان گلستان و بخصوص شهر گرگان در زمینه گردشگری و جذب گردشگر و مهاجر پذیر بودن بالای شهر الزام توجه شهرداری به اجرای پروژه‌های گردشگری و مدیریت آن‌ها به خصوص در مناطق جنگلی و با نگاه توسعه پایدار از ضروریات شهرداری کارآفرین می‌باشد. لذا شهرداری کارآفرین با نگاه گردشگری دارای مشخصاتی مانند جایگزینی تدریجی درآمد صنعت گردشگری با بهای خدمات شهری، ایجاد خودکارآمدی در عملکرد سیستم مدیریت شهری، توسعه صنعت گردشگری، رسیدن به درآمد پایدار شهری، ترویج فرهنگ کارآفرینی در شهرداری می‌باشد. بر این اساس، در این پژوهش عوامل مؤثر بر شهرداری کارآفرین در حوزه آموزش گردشگری به صورت مجزا مورد مطالعه قرار گرفته و در راستای آن، نقش سرمایه اجتماعی به عنوان متغیری تعدیلی نیز مورد ارزیابی قرار گرفته است.

روش تحقیق

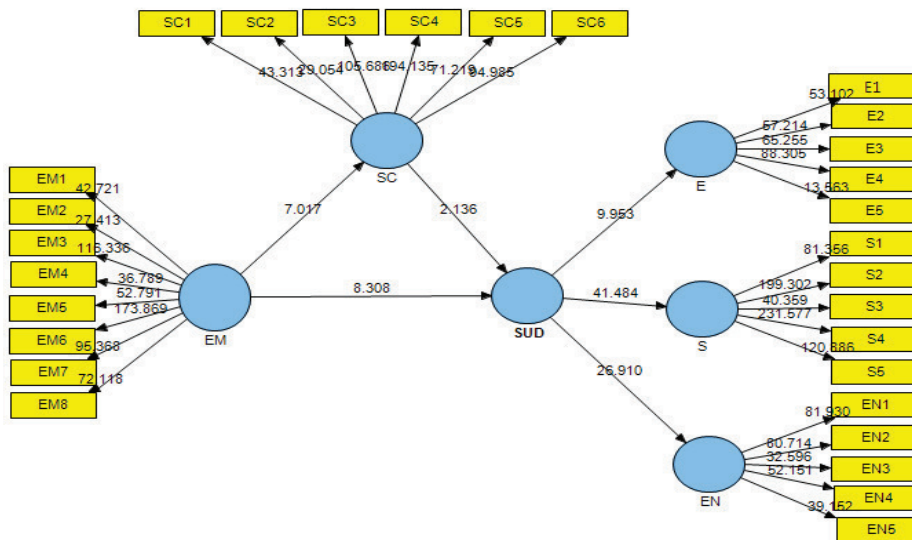
روش پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی است زیرا به توصیف متغیرهای مورد مطالعه و ارتباط آنها پرداخته است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران و کارشناسان شهرداری گرگان بوده است که با استفاده از جدول نمونه‌گیری مورگان و کرجسی تعداد ۱۹۶ نفر به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری از نوع روش تصادفی ساده بود. در این پژوهش از روش کتابخانه‌ای و روش 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 از طریق پرسشنامه بوده است. جهت گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته شهرداری کارآفرین (۸ سوال)، آموزش گردشگری از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی (۱۵ سوال) و سرمایه اجتماعی (۶ سوال) استفاده شد. در این تحقیق جهت بررسی روایی پرسشنامه‌ها از روش روایی محتوایی 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. پایایی پرسشنامه‌ها از طریق آزمون آلفای کرونباخ با میزان ۰/۸۶۲، مورد تأیید قرار گرفته است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست آمده از نرم افزار پی ال اس استفاده گردید.

یافته‌ها

آزمون مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش برای تحلیل داده‌های تحقیق از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی و با استفاده از نرم‌افزار پی ال اس، استفاده شد.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق در حالت استاندارد



شکل ۲. مدل مفهومی تحقیق همراه با ضرایب معناداری (T-values)

پس از انجام دادن تحلیل عاملی تأییدی، مشخص شد که تمامی گویه‌ها دارای بارعاملی بالاتر از ملاک ۰/۴، متوسط واریانس استخراج شده بالای ۰/۷ و پایایی مرکب بالای ۰/۵ می‌باشند که نشان از مناسب بودن این معیار و پایایی مناسب مدل‌های اندازه‌گیری دارد.

روایی و آگرایی قابل قبول یک مدل بیانگر آن است که یک سازه در مدل، نسبت به سازه‌های دیگر تعامل بیشتری با شاخص‌هایش دارد. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) بیان می‌کنند. روایی و آگرایی در سطح قابل قبولی است که AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی میزان بین آن سازه و سازه‌های دیگر در مدل باشد (داوری، رضازاده، ۱۳۹۲). بررسی این امر توسط ماتریسی صورت می‌گیرد که خانه‌های این ماتریس حاوی مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها و جذر مقادیر AVE مربوط به هر سازه است. بر اساس نتایج همبستگی‌ها و جذر AVE که روی قطر جدول ۱ قرار داده شد، می‌توان روایی و آگرایی مدل را در سطح سازه از نظر معیار فورنل- لارکر نتیجه گرفت.

جدول ۱. همبستگی‌های میان متغیرهای مکنون و مقادیر AVE

SUD	SC	S	EN	EM	E	
					۰/۸۷۲	E
				۰/۹۴۴	۰/۳۰۳	EM
			۰/۹۲۴	۰/۳۹۲	۰/۲۸۹	EN
		۰/۹۵۷	۰/۴۶۸	۰/۵۶۰	۰/۳۳۱	S
	۰/۹۲۸	۰/۳۱۳	۰/۲۷۱	۰/۴۸۲	۰/۳۲۳	SC
۰/۷۵۹	۰/۳۹۲	۰/۸۴۱	۰/۷۸۶	۰/۵۶۹	۰/۶۳۴	SUD

ارزیابی مدل ساختاری: پس از سنجش روایی و پایایی مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری از طریق روابط بین متغیرهای مکنون ارزیابی شد. در پژوهش حاضر از دو معیار ضریب تعیین (R2) و ضریب قدرت پیش‌بینی (Q2)، استفاده شده است.

ضریب تعیین (R2) و ضریب قدرت پیش‌بینی (Q2): R2 معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد مطابق با شکل ۲، مقدار R2 برای سازه‌های درون‌زای پژوهش محاسبه شده است که با توجه به سه مقدار ملاک، می‌توان مناسب بودن برازش مدل ساختاری را تأیید نمود. در ضمن، به منظور بررسی قدرت پیش‌بینی مدل از معیاری با عنوان Q2 استفاده شد. با توجه به نتایج این معیار در جدول ۲ می‌توان نتیجه گرفت که مدل، قدرت پیش‌بینی قوی دارد.

جدول ۲. مقادیر ضریب تعیین (R2) و ضریب قدرت پیش بینی (Q2)

آموزش گردشگری (SUD)	سرمایه اجتماعی (SC)	
۰/۳۴۱	۰/۲۳۳	R2
۰/۱۴۳	۰/۱۸۸	Q2

پس از برازش بخش اندازه گیری و ساختاری مدل پژوهش حاضر، به منظور کنترل برازش کلی مدل از معیاری با عنوان GOF استفاده شد؛ که سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برایان معرفی شده است. این معیار از طریق فرمول ۱ محاسبه می گردد:

$$GOF = \sqrt{\overline{communalities} \times R^2}$$

$\overline{Communalities}$ از میانگین ادیر اشتراکی متغیرهای مکنون پژوهش به دست می آید.

جدول ۳. نتایج برازش مدل کلی متغیرهای تحقیق

GOF	R ²	Commuality	R2	Commuality	علامت اختصاری	متغیرهای مکنون
			۰/۰۰۰	۰/۸۹۲	EM	شهرداری کارآفرین
۰/۶۱۰	۰/۴۶۰	۰/۸۱۰	۰/۲۳۳	۰/۸۶۲	SC	سرمایه اجتماعی
			۰/۳۴۱	۰/۵۷۶	SUD	آموزش گردشگری
			۰/۴۰۲	۰/۷۶۰	E	اقتصادی
			۰/۷۰۷	۰/۹۱۶	S	اجتماعی
			۰/۶۱۸	۰/۸۵۳	EN	زیست محیطی

پس از بررسی برازش مدل های اندازه گیری و مدل ساختاری و داشتن برازش مناسب مدل ها، فرضیه های پژوهش، بررسی و آزمون شد. در ادامه، نتایج ضرایب معناداری برای هر یک از فرضیه ها، ضرایب استاندارد شده مسیرهای مربوط به هر یک از فرضیه ها و نتایج حاصل از بررسی فرضیه در سطح اطمینان ۹۵ درصد در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	روابط علی بین متغیرهای پژوهش	علامت اختصاری	ضریب مسیر (β)	ضریب معناداری (T-Value)	نتیجه آزمون
H1	شهرداری کارآفرین ---- آموزش گردشگری	EM---SUD	۰/۴۹۴	۸/۳۰۸	تأیید
H2	شهرداری کارآفرین ---- سرمایه اجتماعی	EM---SC	۰/۴۸۲	۷/۰۱۷	تأیید
H3	سرمایه اجتماعی ---- آموزش گردشگری	SC---SUD	۰/۱۵۴	۲/۱۳۶	تأیید

با توجه به جدول ۴، می‌توان گفت ضریب مسیر بین دو متغیر (شهرداری کارآفرین-آموزش گردشگری) $\beta=0.494$ می‌باشد؛ و ضریب معناداری (آماره تی) بین این دو متغیر نیز $t=8.308$ بوده (بیشتر از قدر مطلق ۱.۹۶) که نشان می‌دهد این رابطه معنادار است؛ بنابراین فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت شهرداری کارآفرین بر آموزش گردشگری تأثیرگذار است.

با توجه به جدول ۴، می‌توان گفت ضریب مسیر بین دو متغیر (شهرداری کارآفرین- سرمایه اجتماعی) $\beta=0.482$ می‌باشد؛ و ضریب معناداری (آماره تی) بین این دو متغیر نیز $t=7.017$ بوده (بیشتر از قدر مطلق ۱.۹۶) که نشان می‌دهد این رابطه معنادار است؛ بنابراین فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت شهرداری کارآفرین بر سرمایه اجتماعی تأثیرگذار است.

با توجه به جدول ۴، می‌توان گفت ضریب مسیر بین دو متغیر (سرمایه اجتماعی- آموزش گردشگری) $\beta=0.154$ می‌باشد؛ و ضریب معناداری (آماره تی) بین این دو متغیر نیز $t=2.136$ بوده (بیشتر از قدر مطلق ۱.۹۶) که نشان می‌دهد این رابطه معنادار است؛ بنابراین فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می‌شود و می‌توان نتیجه گرفت سرمایه اجتماعی بر آموزش گردشگری تأثیرگذار است.

بحث و نتیجه گیری

شهرها به‌عنوان عالی‌ترین مکان تجمع زیستی انسان یکی از مقاطع مهم تاریخ بشریت می‌باشد؛ این پدیده برآیند و تجسم مناسبات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی هر دوره است. پیدایش و تطور شهرها امری طبیعی و بازتاب غیرارادی نیازهای زندگی در شهرها بوده که در هماهنگی با طبیعت و تحت سلطه قدرت سیاسی و اقتصادی شهر تکامل یافته است. به مرور و بخصوص پس

از انقلاب صنعتی، عواملی چون افزایش چشمگیر جمعیت، انباشت سرمایه، تمرکز تولید، رشد صنایع و فن، مناسبات بازرگانی، تحرکات جمعیتی، غیره و نهایتاً تحرک و پویایی روزافزون حیات شهری تعادل پایدار شهرهای قدیمی را ناپایدار و آن‌ها را با مسئله رشد سریع روبه‌رو ساخت (شیرزادی، ۱۳۹۸). با این شرایط بسیاری از شهرها، سعی بر آن داشته‌اند تا بتوانند زمینه توسعه پایدار شهری را فراهم سازند و راهکارهای مختلفی را در این حوزه مورد استفاده قرار داده‌اند که با توجه به دیدگاه یانگ (۲۰۱۴)، توسعه گردشگری می‌تواند نقش بسزایی در این حوزه ایفا نماید. صنعت گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع خدماتی در دنیا به حساب می‌آید. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به‌عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند. در این راستا، نهادهای مختلفی در زمینه انواع مختلف گردشگری ایفای نقش می‌کنند، البته هر چه دولت‌ها غیرمتمرکزتر باشند سهم سازمان‌های محلی در این زمینه بیشتر می‌شود. مشارکت بیشتر مدیران و مسئولین محلی در زمینه برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری موجب افزایش سهم شرکت‌های محلی از منافع حاصل از جمله درآمد و اشتغال می‌گردد. یکی از سازمان‌هایی که می‌تواند نقش بسزایی در توسعه گردشگری در شهرها گردد، سازمان شهرداری است که با اندکی اغراق مؤثرترین واحد در امر ایجاد زیرساخت‌های گردشگری، ترویج و توسعه آن می‌تواند باشد.

امروزه اداره، سازمان‌ها و شرکت‌ها با شیوه‌های رایج و سنتی دشوار و با توجه به عدم ثبات و تغییرات مستمر شرایط فضای کسب و کار سازمان‌ها نیازمند به نوآوری و خلاقیت هستند. عوامل و مشکلات متعددی در اداره‌ها و سازمان‌ها وجود دارد که مانع خلاقیت و نوآوری می‌شود همچنین عدم شناخت از توانمندی‌ها و درک فرصت‌ها و شناخت صحیح منابع (انسانی، سرمایه، امکانات و...) و بکارگیری هوشمندانه آنان در جهت ارتقاء وضع موجود و بهره‌گیری بالاتر منجر به داوم پایداری آنان در فضای کسب و کار متلاطم خواهد شد. بنابراین می‌توان با شناسایی و اولویت‌بندی عوامل در اداره و رفع موانع کارآفرینی از طریق حمایت از اقدامات نوآورانه بستری مناسب جهت توسعه نوآوری در سازمان‌ها ایجاد کرد. همچنین در بعد اقتصادی تجاری سازی ایده‌ها 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 می‌تواند با افزایش قدرت ریسک‌پذیری در کارمندان و مدیران به منظور پذیرش ایده‌های 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 روحیه‌ها و فرآیندهای نوآوری سازمانی را در ابعاد رفتاری و ترویجی برای سازمان‌ها و اداره‌ها تبیین کرد.

با این توصیف و به جهت نقش شهرداری در حوزه گردشگری، نتایج به‌دست آمده از این پژوهش نشان می‌دهد که شهرداری کارآفرین می‌تواند با تحلیل وضعیت گردشگران، داده‌های موجود، ارائه تسهیلات، تبلیغات و غیره زمینه‌ساز توسعه گردشگری گردد و از سویی می‌تواند با ایجاد گردشگری و توسعه فرهنگ آن در سطح شهر، زمینه‌ای ایجاد نماید تا به واسطه آن، شهروندان با توجه به عملکرد شهرداری در حوزه گردشگری بیش از پیش به شهرداری اعتماد نموده و از آن طریق مشارکت بیشتری با این سازمان داشته باشند. ضمن آنکه رشد گردشگری می‌تواند سبب رشد فرهنگی و افزایش امنیتی مکان‌های گردشگری گردد که این مسئله نیز می‌تواند با احساس امنیت مردم همراه باشد؛ بنابراین شهرداری کارآفرین صرف‌نظر از توسعه پایدار می‌تواند زمینه افزایش سرمایه اجتماعی شهر را نیز فراهم سازد. ضمن آنکه بر اساس نتایج حاصل از داده‌های پژوهش می‌توان گفت، اگر بتوان سرمایه اجتماعی شهر را بهبود بخشید، می‌توان شاهد توسعه گردشگری بود که آثار مثبت آن بر شهر و عامه شهروندان مشهود است.

منابع

- الوانی، مهدی. کهن هوش نژاد، رضا. صفری، سعید. خدامرادی، سعید. (۱۳۹۲). شناسایی و اولویت بندی عوامل سازمانی موثر بر اجرایی کردن ابعاد کارآفرینی سازمانی با تبیین نقش نهادینه سازی کارآفرینی، **فصلنامه مطالعات مدیریت**، ۲۲ (۷۰): ۱-۲۴.
- اکرامی، محمود. صفری، ثنا. قلمکاری، مهان. (۱۳۹۳). توسعه مؤلفه های کارآفرینی کارکنان شهرداری (مطالعه موردی: شهرداری منطقه ۷ تهران)، **فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری**، ۲ (۳): ۵۵-۷۱

- ایمانی پور، نرگس. کنعانی، مهدی. (۱۳۸۶). **مدلسازی ساختار حمایت از توسعه کارآفرینی شهری در تهران (مبنتی بر الگوبرداری ژنریک)**، اولین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی کشور، تهران.
- بدیعی، لایلا. (۱۳۹۸). تبیین و تحلیل توسعه پایدار شهری با تأکید بر مؤلفه‌های محیطی، **فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری**، ۱۰(۱): ۷۵-۸۶.
- حسینی نصب، سبکیه. (۱۳۹۸). تدوین مدل راهبردی گردشگری ورزشی در راستای توسعه پایدار شهری، **فصلنامه جغرافیا**، ۹(۴): ۱-۱۱.
- خادم الحسینی، احمد. بقاء، میترا. (۱۳۹۴). **نقش شورای شهر و شهرداری در توسعه گردشگری شهری نمونه موردی شهر شیراز، دومین همایش ملی گردشگری**، سرمایه‌های ملی و چشم‌انداز آینده، اصفهان.
- درستی، امیرعلی. (۱۳۹۷). تحلیل فرهنگی اجتماعی نقش سرمایه اجتماعی بر توسعه پایدار شهری در استان اصفهان، **فصلنامه توسعه اجتماعی**، ۱۲(۴): ۱۶۷-۱۸۶.
- ربیعی، نیما. (۱۳۹۷). **مطالعه و بررسی اثر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر توسعه پایدار**، دومین کنفرانس ملی تحقیق و توسعه در مدیریت و اقتصاد مقاومتی، تهران.
- رخش ماه، آمنه. (۱۳۹۸). ارزیابی تحقق شهر پاک با رویکرد توسعه پایدار شهری، **فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی**، ۱(۴): ۲۲۱-۲۳۵.
- رئیس، ابوبکر. شیهکی تاش، مهیم. سالارزهی، حبیب‌الله. ولی نفس، عبدالعزیز. (۱۳۹۵). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: شهرستان سرباز)، **راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی**، ۳(۶): ۵۱-۵۸.
- سید حسینی، ناهید. (۱۳۹۳). **بررسی رابطه‌ی ویژگی‌ها و مهارت‌های کارآفرینی با کارآفرینی سازمانی و نوآوری سازمانی در کارکنان شهرداری استان گلستان**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علی‌آباد.
- شیرزادی، مجتبی. (۱۳۹۸). **نقش شهرداری‌ها در توسعه پایدار شهری**، نخستین کنفرانس ملی جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری و روستایی، تهران.
- فهلپانی، محمدرضا. (۱۳۹۳). **نقش شهرداری‌ها و ابتکار عمل در توسعه گردشگری پایدار شهری**، اولین همایش توریسم و گردشگری سبز در ایران، تهران.
- قبادی، علیرضا. (۱۳۹۸). بررسی نقش مدیریت شهری بر توسعه صنعت گردشگری، **فصلنامه توسعه پایدار محیط جغرافیایی**، ۱(۲): ۶۸-۸۴.
- کنعانی، مهدی. (۱۳۸۶). **مراکز رشد کارآفرینان شهری**، طرحی نو در توسعه اقتصاد شهری، **فصلنامه رشد و فناوری**، ۱۲(۳): ۲۵-۱۸.
- میهوت، محمد. قدمگاهی، نسترن. (۱۳۹۲). **ارائه راهکارهایی جهت توسعه پایدار گردشگری شهر چناران با استفاده از مدل SWOT**، هشتمین همایش معماری شهرسازی و توسعه پایدار، مشهد.

مرصوصی، نفیسه. (۱۳۹۷). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه پایدار محله ای، **فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی**، ۷(۲۷): ۱۲۳-۱۳۸.

منور، ارغا. آزادخانی، پاکزاد و کریمی دوستان، رویا. (۱۳۹۶). نقش گردشگری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری شهر ایلام، **فصلنامه مطالعات عمران شهری**، ۱(۳): ۱۷-۲۵.

نصرالهی، زهرا. (۱۳۹۲). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار ایران، **فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی**، ۴(۱۳): ۶۱-۷۸.

یوسفی، زهرا. نادری، نادر. رضایی، بیژن. شیرینی، نعمت‌الله. (۱۳۹۵). بررسی و اولویت‌بندی دیدگاه کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه نسبت به عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی، **راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی**، ۲(۴): ۶۱-۵۳.

Belousova, O., Gailly, B. Basso, O. (2010), A conceptual model of corporate entrepreneurial behavior (Interactive paper), **Journal of Frontiers of Entrepreneurship Research**, 30 (1): 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.

Chen, J., Zhu, Z. Anquan, W. (2005), A system model for corporate entrepreneurship, **International Journal of Manpower**, 26 (6): 529- 543.

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**, 6: 44-53.

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

Mohitara, M. (2018). A Strategic Model of the Sustainable Neighborhood of the Islamic-Iranian City (Qom City Foundation), **Journal of New Attitudes in Human Geography**, 10(3): 381-362.

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

Ture, G. (2013). 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, R. Soriano. (2011). Socio-cultural factors and transnational entrepreneurship: A multiple case study in Spain, **International Small Business**, 29(2):119-127.