

ارزیابی عوامل اثرگذار بر فضای ارزش آفرینی طبیعت گردی در اکوسیستم‌های بیابانی (نمونه موردی: مرنجاب)^۱

محسن شاطریان^۲، صدیقه کیانی سلمی^{۳*}، پریناز زورمند^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۸/۶

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۰/۱۳

چکیده

ارزش آفرینی یک مفهوم جدید، ارزشمند و بسیار گسترده است. نظریه پردازان، آن را ایجاد یک چیز ارزشمند از هیچ می دانند. بدون شک، تلفیق مناسب و دقیق طبیعت گردی و ارزش آفرینی می تواند فرصت های بدیع اقتصادی به همراه داشته باشد که یکی از پیامدهای آن توسعه فرصت های اشتغال است تا توریسم در رویکردی اکوسیستمی، از لحاظ بوم شناسی در طولانی مدت قابل قبول و از لحاظ مالی، خودکفا و از نظر دیدگاه های اجتماعی و اخلاقی برای جوامع محلی مفید و نوی بخش باشد. پژوهش حاضر با هدف ارزیابی عوامل اثرگذار بر فضای ارزش آفرینی طبیعت گردی در اکوسیستم کویری با استفاده از روش دلفی انجام شد. ابزار پژوهش پرسش نامه ای با ۶ شاخص، ۲۱ معیار و ۱۲۵ زیرمعیار بود که توسط ۲۵ کارشناس خبره در قالب پرسش نامه دو مرحله ای دلفی و طیف پنج گزینه ای لیکرت پاسخ داده شد. یافته ها نشان داد که معیار فرهنگی آموزشی با میانگین وزنی ۱/۰۹۶ دارای بیشترین ضریب تأثیرگذاری بر کارآفرینی اکوتوریستی در کویر مرنجاب بوده است. معیار اجتماعی با میانگین امتیاز وزنی ۰/۹۴۶ در رتبه دوم قرار داشت و معیارهای طبیعت گردی، زیرساخت های اولیه، حمل و نقل، اقامتی و رفاهی تفریحی به ترتیب با میانگین امتیاز وزنی ۰/۶۶۵، ۰/۵۸۸، ۰/۵۶۰، ۰/۵۵۹ و ۰/۵۲۴ در جایگاه های سوم تا هفتم قرار گرفتند. معیار بازار محلی با میانگین امتیاز ۰/۵۰۸ نیز هشتمین معیار مؤثر بر کارآفرینی اکوتوریستی تشخیص داده شد. معیارهای ویژگی های خاک، سیمای فیزیکی، اقتصادی، پوشش گیاهی، اقلیم منطقه، حیات وحش، نهادی، تبلیغات و اطلاع رسانی، بهداشتی درمانی، غذا و نوشیدنی، منابع آب، ارتباطی- الکترونیکی و حساسیت محیطی به ترتیب در جایگاه های بعدی اثرگذاری بر فرصت های کارآفرینی اکوتوریستی قرار داشتند.

واژه های کلیدی: اکوسیستم های بیابانی، اکوتوریسم، روش دلفی، فضای ارزش آفرینی.

۱. این مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد با عنوان شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی اکوتوریستی (مطالعه موردی: کویر مرنجاب) است که در دانشگاه کاشان انجام شده است.

۲. دانشیار گروه جغرافیا و اکوتوریسم، دانشگاه کاشان

۳. نویسنده مسئول، استادیار گروه جغرافیا و اکوتوریسم، دانشگاه کاشان / Email: s.kiani@kashanu.ac.ir

۴. کارشناسی ارشد اکوتوریسم، دانشگاه کاشان

مقدمه

بسیاری از نواحی روستایی در سطح جهانی، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، در حال تجربه کردن مشکلات ناشی از رکود، ایستایی و کساد اقتصادی هستند (هیلیگ و گرهارد^۱، ۲۰۰۲) که از جمله دلایل آن، کاستی در تنوع اقتصادی، نبود نگاه کارآفرینی و همانند آن است (رکن‌الدین افتخاری، ۲۰۱۴). در نتیجه، هر روز مناطق روستایی با چالش‌های راهبردی افزایش فاصله توسعه بین شهر و روستا، کمبود منابع انسان ساخت، بیکاری، درآمد کم، بهره‌وری پایین، فقر، افزایش مهاجرت، پسرفت‌های زیست‌محیطی و... مواجه‌اند (هزارجریبی، ۲۰۰۵). تاکنون راهبردهای متفاوتی در دوره‌های مختلف برای توسعه روستایی مطرح شده است. با توجه به تجارب جهانی و شرایط کنونی حاکم بر کشور، نیاز به کارگیری راهبرد جدیدی برای توسعه روستاهای کشور وجود دارد که در این مورد می‌توان به راهبرد توسعه کارآفرینی اشاره کرد (دادورخانی، ۲۰۱۱). تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه، از ابزارهای پیشرفت کشورها به‌ویژه کشورهای در حال توسعه است (تقدیسی و همکاران، ۲۰۱۵). زیرا فعالیت کارآفرینی با اثربخشی بالا به توسعه اقتصادی منجر می‌شود (ورهل^۲، ۲۰۰۴) کارآفرینی^۳ در واقع فرایند ایجاد و تأسیس کسب‌وکار یا سازمان جدید است که یکی از اثرات قابل توجه آن ایجاد اشتغال می‌باشد. بر این اساس، گرچه مفهوم اشتغال، مفهوم کارآفرینی را نمی‌رساند، کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه یک منبع نوآور و انعطاف‌پذیر است که به‌عنوان ایجادکننده کسب‌وکارهای جدید در اقتصاد به‌شمار می‌آید (صدیایی و صادقی، ۲۰۱۴) و به یکی از پرطرفدارترین رشته‌های دانشگاهی تبدیل شده است (پرداختچی و شفیع‌زاده، ۲۰۰۶). کارآفرینی به‌عنوان ابزاری است در دست برنامه‌ریزان که جوامع را به سمت توسعه پیش ببرند (مطیعی لنگرودی، ۲۰۱۱). از جمله بخش‌هایی که در عرصه اقتصادی جهان طی سال‌های اخیر، از رشد چشمگیر و قابل توجهی برخوردار بوده و پیش‌بینی می‌شود طی دو دهه آینده به پردرآمدترین و تأثیرگذارترین بخش اقتصادی کشورها

تبدیل شود، صنعت گردشگری است (رفیعی دارانی و همکاران، ۲۰۱۴). گردشگری یکی از بخش‌های اقتصادی است که به درجه بالایی از مشارکت بخش کارآفرینی نیاز دارد. برای پاسخگویی به تقاضای روزافزون و نیازهای مختلف گردشگری، به تنوع خدمات و محصولات توریستی نیاز است (لوردکیپانیدز^۴، ۲۰۰۵). این صنعت در هزاره سوم به یکی از پررونق‌ترین، جذاب‌ترین، اشتغال‌زاترین و پردرآمدترین صنایع جهان تبدیل شده است (نیوسام و داوولینگ^۵، ۲۰۰۹) که نقش ویژه‌ای در اقتصاد جهانی دارد و یکی از زمینه‌های مهم توسعه پایدار منطقه‌ای و عاملی جایگزین برای توسعه نواحی حاشیه‌ای و دورافتاده به‌شمار می‌رود (رید^۶، ۲۰۰۳). اثرات مثبت اقتصادی گردشگری برای جوامع، علاوه بر سودهای حاصل از مبادلات ارز خارجی و مالیات‌های حکومتی، ایجاد اشتغال و توسعه منطقه است (لیکوریش^۷، ۱۹۹۱). طبق تخمین سازمان جهانی گردشگری، حدود ۷/۷۶ میلیون شغل در دنیا در این صنعت به‌صورت مستقیم وجود دارند که اگر مشاغل غیرمستقیم اقتصادی نیز به آن‌ها اضافه شود، این مقدار به حدود ۲۳۴ میلیون خواهد رسید (سازمان جهانی گردشگری^۸، ۲۰۰۷). گردشگری و کارآفرینی از جمله موضوعات نوپا در نوشتارهای علمی جهان محسوب می‌شوند. کارآفرینی با رشد گردشگری و افزایش تقاضاهای جدید نسب به انواع مختلف گردشگری وابسته است (نجفی نوه خشکه، ۲۰۱۲). شواهد محکمی مبنی بر وجود رابطه علی بین کارآفرینی، رشد اقتصادی و کاهش فقر وجود دارد (چودهاری^۹، ۲۰۰۷). بدون شک، تلفیق مناسب و دقیق گردشگری و کارآفرینی می‌تواند ضمن پاسخگویی به نیازهای روستاییان، متضمن گردشگری ایمن و مطلوب برای گردشگران باشد. نکته اساسی در تحقق فعالیت کارآفرینانه در سطح اجتماع، فراهم بودن زمینه‌ها در جامعه، یا در واقع چیزی است که امروزه از آن به‌عنوان «فضای کارآفرینی» یاد می‌شود. نقش کارآفرینی در گردشگری و توسعه پایدار منطقه‌ای می‌تواند از طریق توجه و بررسی پتانسیل اثرگذاری مثبت کارآفرینی بر

4. Lordkipanidze
5. Dowling & Newsome
6. Reid
7. Lickorish
8. UNWTO
9. Chowdhury

1. Heilig & Gerhard
2. Verheul
3. Entrepreneurship

ارزش آفرینانه و با نظرسنجی از کارشناسان و فعالان در این بخش در قالب روش مشارکتی دلفی، به شناسایی عوامل مؤثر بر فضای ارزش آفرینی طبیعت‌گردی کویری در منطقه پرداد. انتظار می‌رود نتیجه تحقیق به شناسایی بسترهای مناسب کارآفرینی با توجه به امکانات و تسهیلات برآوردشده برای بارگزاری در منطقه بینجامد.

با بررسی نتایج مطالعات گذشته، اگرچه پژوهشگرانی نظیر کرمی و مدیری (۲۰۱۰) به بررسی نقش گردشگری در توسعه منطقه‌ای کلپورگان پرداخته‌اند، مقصودی و همکاران (۲۰۱۱) شناسایی دقیق جاذبه‌های ژئومورفولوژیکی مناسب برای توسعه ژئوتوریسم و اکوتوریسم و معرفی مستعدترین قسمت‌های منطقه برای تمرکز تأسیسات گردشگری در منطقه مرنجاب را انجام داده‌اند، غنیان و همکاران (۲۰۱۱) به ارزیابی فضای کارآفرینی در زمینه گردشگری روستایی پرداخته‌اند، ممیز و همکاران (۲۰۱۲) آینده فرصت‌های کارآفرینی در حوزه زمین گردشگری (مطالعه موردی: منطقه جلفا) را مورد بررسی قرار داده‌اند، سیتومورنگ و میرزانتی^۲ (۲۰۱۲) کارآفرینی اجتماعی برای ارتقای اکوتوریسم را بررسی کرده‌اند. کمتر پژوهشی عوامل اثرگذار بر توسعه فرصت‌های ارزش آفرینی طبیعت‌گردی در اکوسیستم‌های کویری را به گستردگی پژوهش حاضر مورد توجه قرار داده است. در این پژوهش، با مرور تحقیقات پیشین و درک شرایط منطقه مرنجاب به‌عنوان یک اکوسیستم کویری توانمند برای توسعه طبیعت‌گردی، عوامل اثرگذار برای دستیابی به فضای کارآفرینی به‌طور گسترده و همه‌جانبه، مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است. به‌نظر می‌رسد شکاف موجود در زمینه فرایند بومی‌سازی شاخص‌های کارآفرینی اکوتوریستی که امکان تحلیل توسعه کارآفرینی اکوتوریستی روستایی را فراهم می‌سازد، با توجه به گسترش شتابان حوزه گردشگری و زیرشاخه‌های مربوط به آن، به‌ویژه اکوتوریسم، چشمگیر باشد (سجاسی قیداری، ۲۰۱۴). از سوی دیگر، بعضی از مطالعات موجود در حوزه کارآفرینی گردشگری، برخی از شاخص‌ها را در بررسی توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی و زیرمجموعه‌های آن مورد استفاده قرار داده‌اند، بدون اینکه از

جنبه‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی و محیطی جامعه مشخص شود (ایمنی قشلاق، ۲۰۰۹). توسعه گردشگری در نگاه نخست، باید پاسخی برای برآورده کردن نیازهای اقتصادی ساکنان باشد که کارآفرینی گردشگری می‌تواند زمینه‌ساز دستیابی به این مهم باشد. یکی از عرصه‌های مستعد برای توسعه گردشگری و به‌دنبال آن، اشتغال‌زایی برای جوامع بومی، توانایی‌های نواحی کویری و بهره‌برداری از آن است که به‌عنوان شاخه نسبتاً جدیدی از اکوتوریسم، با عنوان گردشگری مناطق بیابانی و کویر^۱ مطرح می‌شود (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۵). شناخت جاذبه‌های توریستی و اکوتوریستی این مناطق هنوز به‌طور کامل مورد توجه قرار نگرفته است؛ بنابراین، لازم است مطالعات دقیقی درباره ویژگی‌های جاذبه‌ها، راه‌های بهره‌برداری و ایجاد زیرساخت‌های مناسب با هدف توسعه فرصت‌های کارآفرینی اکوتوریستی در نواحی مذکور صورت گیرد (مقصودی و عمادالدین، ۲۰۱۴). منطقه مرنجاب جاذبه‌های طبیعی و تاریخی بسیاری دارد که در نوع خود، کم‌نظیر یا حتی بی‌نظیر است که می‌تواند به‌عنوان پایگاه مهمی در توسعه فعالیت‌های گردشگری کویری در سطح کشور به‌شمار آید. رسیدن به این مهم، مستلزم سامان‌دهی و برنامه‌ریزی مناسب و به‌کارگیری راهبردهایی است که ضمن بهبود توان و ظرفیت بخش گردشگری منطقه با رویکردی کارآفرینانه بتواند منابع جدید درآمد و اشتغال را برای ساکنان فراهم آورد و ضمن متنوع‌سازی اقتصاد، آسیب‌پذیری اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی منطقه را تا حد زیادی کاهش دهد و با رونق بخشیدن به فعالیت‌های گردشگری، تسهیل‌گر روند توسعه متوازن و همه‌جانبه در سطح منطقه گردد. اما به‌دلیل نبود زیرساخت‌های مناسب این نوع گردشگری، از قبیل عدم اطلاع‌رسانی در زمینه جاذبه‌های کویر، عدم توجه دستگاه‌های مربوط و مسئولان محلی به این نوع گردشگری و یا عدم آشنایی با این نوع گردشگری، نبود تأسیسات مورد نیاز گردشگران و مواردی از این دست، تاکنون اقداماتی جدی و اساسی در ارتباط با گردشگری کویر در این منطقه صورت نگرفته است. لذا این پژوهش بر آن است با مدنظر قرار دادن ویژگی‌های ژئومورفولوژیک و اکوتوریستی منطقه در رویکردی

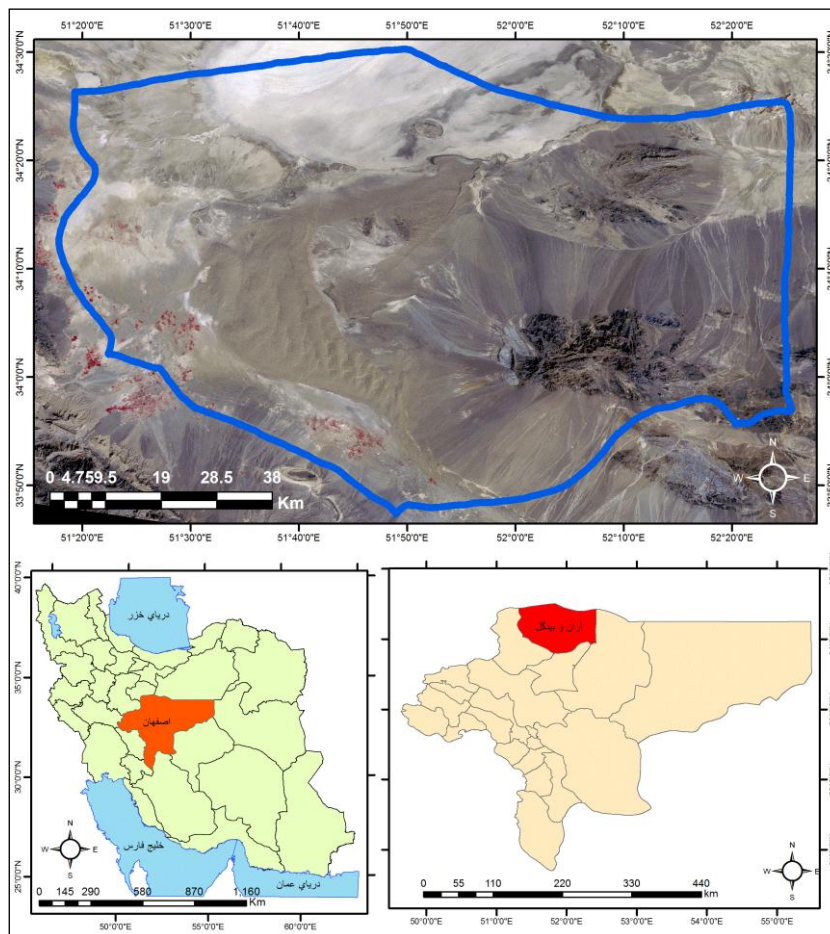
اکوتوریسم در یکی از مناطق کویری ایران (کویر مرنجاب) و بومی‌سازی آن‌ها در رویکردی همه‌جانبه و با تدوین شاخص‌های گسترده و مؤثر پردازد.

مواد و روش‌ها

منطقه مورد مطالعه

منطقه مرنجاب در شمال شهرستان آران‌ویدگل قرار دارد. این کویر از توابع شهرستان آران‌ویدگل است که در استان اصفهان واقع است (جمعه‌پور و نماینده، ۲۰۱۲). محدوده تعریف شده در کویر مرنجاب در مساحتی بالغ بر ۳۶۳۵۸۵ هکتار قرار دارد (زورمند، ۲۰۱۶) که از شمال به دریاچه نمک، از غرب به کویر مسیله و دریاچه‌های نمک حوض سلطان و حوض مره، از شرق به کویر بندریگ و پارک ملی کویر و از جنوب به شهر کاشان محدود می‌شود (جمعه‌پور و نماینده، ۲۰۱۲). شکل (۱) موقعیت منطقه را نشان می‌دهد.

صحت و اعتبار آن‌ها اطمینان داشته باشند. پیچیده و میا رشته‌ای بودن موضوع‌هایی مانند کارآفرینی اکوتوریستی، پیوند کارآفرینی، اقتصاد و محیط زیست، همچنین لزوم کمی و قابل اندازه‌گیری کردن این‌گونه موضوعات، ضرورت تدوین شاخص‌های مناسب و بومی برای بررسی مسائل مرتبط با کارآفرینی اکوتوریستی را نشان می‌دهد. بنابراین، مسئله اصلی در این مطالعه، لزوم حرکتی جدید به منظور ساختن شاخص‌های سیستماتیک برای عملیاتی کردن ابعاد مختلف توسعه کارآفرینی اکوتوریستی متناسب با شرایط مناطق کویری ایران است تا محققان و برنامه‌ریزان مسائل روستایی بتوانند در مطالعات خود، از این شاخص‌ها استفاده کنند. علاوه بر این، شاخص‌ها ارزش و اعتبار بالایی در فرایند برنامه‌ریزی و توسعه کارآفرینی گردشگری و به‌ویژه اکوتوریسم دارند، زیرا آن‌ها می‌توانند اطلاعات دقیق‌تر و کاربردی‌تری از مسائل و نحوه توسعه کارآفرینی اکوتوریسم ارائه دهند. بنابراین، این مقاله در صدد است تا به تدوین شاخص‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی



شکل (۱): موقعیت جغرافیایی شهرستان آران‌ویدگل

جمع‌آوری داده‌ها

گردآوری داده در این تحقیق، با استفاده از منابع مطالعاتی کتابخانه‌ای، بازدیدهای مکرر میدانی و استفاده از منابع اطلاعاتی سازمان‌های مربوطه نظیر شهرداری، شورای شهر، اداره منابع طبیعی، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری بود. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه محقق‌ساخته‌ای بود که برای تدوین آن در گام نخست، با بررسی پیشینه و ادبیات نظری تحقیق شاخص‌های مؤثر بر کارآفرینی اکوتوریستی مناطق کویری مشخص شد.

روش دلفی

واژه دلفی از یک اسطوره کهن یونان به نام پیشگویی دلفی گرفته شده است. در این افسانه، فردی برگزیده از جزیره دلفی می‌توانسته آینده را پیش‌بینی کند (اسماعیلی شاهرخت، ۲۰۱۱). این روش برای نخستین بار از سوی داکلی و هلمرد^۱، در سال ۱۹۵۰، برای مؤسسه راند تدوین شد (فتحی، ۲۰۰۲؛ چولس^۲، ۲۰۰۲) و برای بررسی نگرش‌ها و قضاوت‌های افراد و گروه‌های متخصص، بدون نیاز به حضور افراد در محلی معین است. اساس این روش، استفاده از پرسش‌نامه است که طی چندین مرحله و ایجاد هماهنگی بین دیدگاه‌ها، به جمع‌آوری ایده‌های این افراد پرداخته می‌شود. در پایان، جمع‌بندی ارزش‌گذاری و تحلیل مجموعه دیدگاه‌ها و ایده‌های افراد، مبنای هدف‌گذاری، تدوین برنامه یا تصمیم‌گیری قرار می‌گیرد (احمدی، ۱۹۹۷). در روش دلفی، پرسشگری در دو دوره یا بیشتر انجام می‌شود و در هر دوره، از نتایج به‌دست‌آمده با دوره‌های پیش استفاده می‌گردد (مظفری و دوستی، ۲۰۱۲؛ مظفری، ۲۰۱۰). می‌توان گفت این روش یک فرایند قوی بر پایه ساختار ارتباطی گروهی است، به‌گونه‌ای که در مواردی مورد استفاده قرار می‌گیرد که دانشی ناکامل و نامطمئن در دسترس است و قضاوت به متخصصان آن امر سپرده می‌شود (هادر^۳، ۱۹۹۵). به‌علاوه، تمرین ارتباط گروهی در میان متخصصانی است که از لحاظ جغرافیایی دور از یکدیگرند

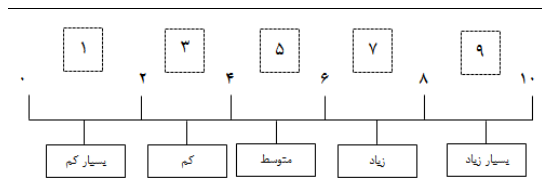
(حدادی‌نیا و دانه‌کار، ۲۰۱۲). این تکنیک نظرخواهی تخصصی برای پیش‌بینی آینده است که براساس آن می‌توان نتایج مختلف را استخراج کرد (فتحی، ۲۰۱۲). روش دلفی در مواردی که محدودیت‌هایی از لحاظ کاربرد قوانین، فرمول‌ها و مدل‌های ریاضی مشاهده می‌شود، نیز کاربرد عمده‌ای دارد (احمدی، ۱۹۹۷). طبق تعریف هادر و همکاران، روش دلفی یک فرایند قوی مبتنی بر ساختار ارتباطی گروهی است، به‌طوری‌که در مواردی که دانشی ناکامل و نامطمئن در دسترس است، مورد استفاده قرار می‌گیرد و قضاوت به متخصصان آن امر سپرده می‌شود (نوری و همکاران، ۲۰۰۷).

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع تحلیلی، توصیفی و پیمایشی است. جامعه آماری، کارشناسان آشنا به منطقه و فعال در حوزه کارآفرینی و گردشگری‌اند. در پژوهش پیش رو، براساس تخصص‌های مورد نیاز، اعضای گروه دلفی در دو مرحله و با استفاده از روش‌های نمونه‌گیری غیراحتمالی، شناسایی و انتخاب شدند. شاخص‌های تدوین‌شده در مرحله اول در اختیار کارشناسان قرار داده شد و پس از جمع‌آوری نظریات کارشناسان، مورد تحلیل و ارزیابی نهایی قرار گرفت. پس از گذراندن روش دو مرحله‌ای دلفی، معیارهای اثرگذار بر فضای ارزش آفرینی اکوتوریستی در قالب ۶ شاخص، ۲۱ معیار و ۱۲۵ زیرمعیار، تکمیل و به تأیید جمع ۲۵ نفره کارشناسان رسید. ۲۵ کارشناس مطلع از سازمان‌هایی چون شهرداری مرکزی شهرستان آران و بیدگل، شورای شهرستان، میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان و راهنمایان گردشگری زیر نظر سازمان میراث فرهنگی جهت تدوین و ارزش‌دهی عوامل مؤثر بر ارزش آفرینی اکوتوریستی در کویر مرنجاب انتخاب شدند. متخصصان منتخب هم‌زمان مسلط به علوم محیط زیست، گردشگری طبیعی و مناطق کویری با سابقه فعالیت مرتبط بودند. پاسخگویان میزان اهمیت هر یک از معیارهای مورد بررسی را در قالب طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت مورد سنجش قرار دادند. نحوه امتیازدهی به گزینه‌ها به صورت ۱ تا ۵، به‌ازای اثرگذاری «خیلی کم» تا «خیلی زیاد» بود. اولین نکته در تشکیل گروه دلفی، چگونگی انتخاب اعضای آن است. در این حالت، اعضا به‌منظور کاربرد دانش آنان در مسئله‌ای خاص

1. Dakly & Helmerd
2. cuhls
3. Hader

در مجموع، ۶ عامل اصلی شامل شاخص‌های اقتصادی، شاخص‌های خدماتی، شاخص‌های زیرساختی، شاخص‌های اجتماعی، شاخص‌های محیطی و شاخص نهادی تدوین شد. ضریب آلفای محاسبه شده به میزان ۰/۹۳، نشان‌گر پایایی ابزار تحقیق بود. پرسش‌نامه این امکان را برای متخصصان فراهم کرد تا نظر خود را راجع به میزان اهمیت معیارها و زیرمعیارها با یکی از پنج درجه اهمیت (اهمیت بسیار کم با امتیاز ۱، معرف دامنه وزن بین ۰ تا ۲، اهمیت کم با امتیاز ۳ معرف دامنه وزن ۲ تا ۴، اهمیت متوسط با امتیاز ۵ معرف دامنه وزن ۴ تا ۶، اهمیت زیاد با امتیاز ۷ معرف دامنه وزن ۶ تا ۸ و اهمیت بسیار زیاد با امتیاز ۹ معرف دامنه وزن ۸ تا ۱۰) بیان کنند و در صورت لزوم، معیار یا زیرمعیاری جدید به لیست اضافه نمایند. روند امتیازدهی در شکل (۴) نشان داده شده است.



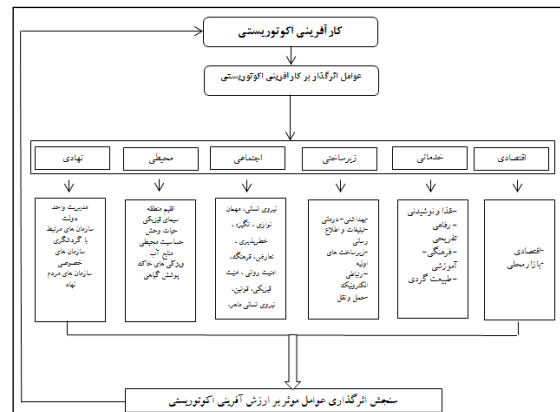
شکل (۴): نحوه تعیین درجه اهمیت معیارها و زیرمعیارها

در نهایت، طی دو مرحله پرسشگری، پرسش‌نامه با ۶ شاخص، ۲۱ معیار و ۱۲۵ زیرمعیار مورد تأیید کارشناسان قرار گرفت. در جدول (۱)، شاخص‌های مورد بررسی و در جدول (۳)، معیارهای مطالعه شده ارائه شده‌اند.

برای جمع‌بندی آرای پرسش‌شوندگان، امتیاز وزن‌دار هر معیار محاسبه شد. تعداد انتخاب‌های صورت گرفته برای هر درجه اهمیت، معرف امتیاز آن درجه اهمیت (n) قلمداد گردید. وزن معیارها در دامنه بین ۱ تا ۵ در نظر گرفته شد و همان‌طور که گفته شد هر درجه اهمیت معرف یک دامنه از وزن بود.

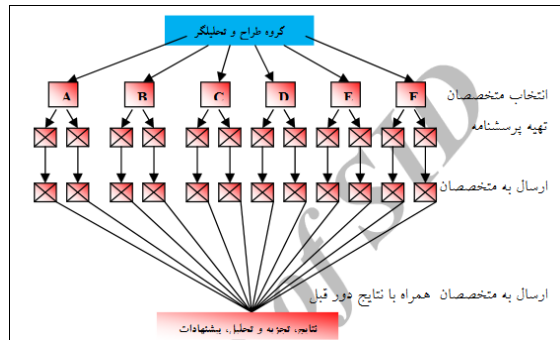
به منظور تعیین درصد اهمیت (p) ابتدا حداکثر امتیاز وزن‌دار قابل حصول، از ضرب بالاترین امتیاز قابل انتظار (در این بررسی ۱۵، معادل کل پرسش‌شوندگان N) در حداکثر وزن تعدیل شده (W) به دست آمد. سپس از تقسیم حداکثر وزن تعدیل شده بر مجموع وزن‌های هر معیار دارای امتیاز، ضریب وزن تعدیل شده (C) محاسبه شد. با استفاده از این

و بر مبنای معیارهایی برگزیده می‌شوند که از ماهیت موضوع و مسئله پژوهش نشئت گرفته‌اند. بر این اساس، اعضای گروه دلفی به صورت نمونه‌گیری غیراحتمالی و ترکیبی از روش‌های هدف‌دار یا قضاوتی و زنجیره‌ای برگزیده شدند (اسماعیلی شاهرخت، ۲۰۱۱). لذا در پژوهش حاضر، با توجه به معیارهایی نظیر دانش و تخصص کارشناسان، آشنایی با منطقه مورد مطالعه و پتانسیل‌های گردشگری آن و نیز تمایل به تداوم همکاری در طی تمام مدت تحقیق، از نظریات ۲۵ کارشناس واجد شرایط موجود در منطقه استفاده شد. در شکل (۲)، نمودار فرایند پژوهش ارائه شده است.



شکل (۲): نمودار فرایند پژوهش

پس از تکمیل و ارائه پرسش‌نامه‌های اولیه، با توجه به نظر کارشناسان، پرسش‌نامه‌ها مجدداً اصلاح شد و برای نظرسنجی ثانویه در اختیار آن‌ها قرار گرفت. در شکل (۳)، مراحل اجرای روش دلفی نشان داده شده است.



شکل (۳): مراحل اجرای روش دلفی

روایی ابزار پژوهش با استفاده از نظر متخصصان، مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین اعتبار پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. برای انجام تحلیل‌های آماری لازم از نرم‌افزارهای Excel و SPSS استفاده شد.

پس از آن، شاخص زیرساخت‌های منطقه مورد مطالعه رتبه سوم اثرگذاری در کارآفرینی اکوتوریستی را با کسب میانگین امتیاز وزنی ۱/۹۲۳ به خود اختصاص داد. شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی به ترتیب با میانگین وزنی ۰/۹۵۴ و ۰/۹۴۰ رده‌های چهارم و پنجم را کسب کردند. در نهایت، شاخص نهادی با وزن ۰/۳۹۶ به عنوان کم‌اثرترین شاخص در کارآفرینی اکوتوریستی تشخیص داده شد (جدول ۱).

جدول (۱): رتبه‌بندی شاخص‌های مؤثر		
رتبه	شاخص	درجه اهمیت معیار
۱	خدماتی	۳/۳
۲	ویژگی‌های محیطی	۲/۴۸۷
۳	زیرساختی	۱/۹۲۳
۴	اجتماعی	۰/۹۵۴
۵	اقتصادی	۰/۹۴۰
۶	نهادی	۰/۳۹۶

اولویت‌بندی معیارهای مؤثر بر کارآفرینی اکوتوریستی

نتایج حاصل از کاربرد روش دلفی به منظور گزینش و اولویت‌بندی معیارهای مؤثر بر کارآفرینی اکوتوریستی در کویر مرنجاب در جدول (۲) ارائه شده است. طبق محاسبات، میانگین امتیاز کسب‌شده برای هریک از معیارها، بدین ترتیب ارائه شد: از نظر کارشناسان پاسخگو، معیار فرهنگی آموزشی با میانگین وزنی ۱/۰۹۶، دارای بیشترین ضریب تأثیرگذاری و معیار حساسیت محیطی با میانگین وزنی ۰/۱۶۳، دارای پایین‌ترین اثرگذاری بر کارآفرینی اکوتوریستی در کویر مرنجاب بوده‌اند. معیار اجتماعی با میانگین امتیاز وزنی ۰/۹۴۶ جایگاه دوم را به خود اختصاص داده است و معیارهای طبیعت‌گردی (۰/۶۶۵)، زیرساخت‌های اولیه (۰/۵۸۸)، حمل و نقل (۰/۵۶)، اقامتی (۰/۵۵۹) و رفاهی تفریحی با میانگین امتیاز وزنی ۰/۵۲۴ در جایگاه‌های سوم تا هفتم قرار گرفته‌اند. معیار بازار محلی با میانگین امتیاز ۰/۵۰۸، هشتمین معیار مؤثر بر کارآفرینی اکوتوریستی تشخیص داده شد. معیارهای ویژگی‌های خاک، سیمای فیزیکی، اقتصادی، پوشش گیاهی، اقلیم منطقه، حیات وحش، نهادی، تبلیغات و اطلاع‌رسانی، بهداشتی درمانی، غذا و نوشیدنی، ارتباطی الکترونیکی و حساسیت محیطی و منابع آب به ترتیب در جایگاه‌های بعدی قرار گرفتند (جدول ۲)

ضریب و امتیاز هر معیار (n_i)، امتیاز وزن دار (Z_i) حاصل شد. در آخرین گام، درصد اهمیت هر معیار از تقسیم مجموع امتیاز وزن دار هر معیار بر حداکثر امتیاز وزن دار قابل حصول هر معیار (A) به دست آمد. هر معیار از تقسیم مجموع امتیاز وزن دار قابل حصول هر معیار (A) به دست آمد.

$$C = \frac{W}{\sum x_i} \quad \text{ضریب وزن تعدیل شده:}$$

$$(z_i) = y_i \cdot n_i \quad \text{امتیاز وزن دار:}$$

$$A = N \cdot W \quad \text{حداکثر امتیاز وزن دار قابل حصول:}$$

$$P = \frac{\sum z_i}{A} \times 100 \quad \text{درصد اهمیت معیار:}$$

$$n \quad \text{امتیاز:}$$

$$x_i \quad \text{وزن اولیه:}$$

$$w \quad \text{حداکثر وزن تعدیل شده:}$$

$$N \quad \text{تعداد پرسش‌شوندگان:}$$

سپس میانگین وزنی اهمیت هر معیار از جمع حاصل ضرب امتیاز در وزن (درجه اهمیت) تقسیم بر مجموع کل امتیازها (برابر با تعداد کل پرسش‌شوندگان، در این مطالعه برابر با ۲۵) محاسبه و به عنوان درجه اهمیت (D) هر معیار در نظر گرفته شد.

$$D = \frac{\sum (x_i \cdot n_i)}{N} \quad \text{درجه اهمیت معیار:}$$

نتایج

اولویت‌بندی شاخص‌های مؤثر بر فضای ارزش آفرینی طبیعت‌گردی

نتایج حاصل از کاربرد روش دلفی به منظور گزینش و اولویت‌بندی شاخص‌های مؤثر بر کارآفرینی اکوتوریستی در کویر مرنجاب، در جدول (۱) ارائه شده است. طبق یافته‌ها، بیشترین درجه اثرگذاری شاخص‌ها بر کارآفرینی اکوتوریستی در کویر مرنجاب، مربوط به شاخص خدماتی و کمترین آن مربوط به شاخص نهادی است. شاخص خدماتی با داشتن ۳ معیار و ۳۲ زیرمعیار و کسب میانگین امتیاز ۳/۳ اثرگذارترین شاخص در کارآفرینی اکوتوریستی کویر مرنجاب تشخیص داده شد. شاخص محیطی با دارا بودن ۷ معیار و ۲۶ زیرمعیار به عنوان دومین شاخص اثرگذار بر کارآفرینی اکوتوریستی با کسب امتیاز ۲/۴۸۷ مشخص شد.

میزان اثرگذاری	کرائه پایین امتیاز	کرائه بالای امتیاز
بسیار زیاد	۰/۰۹۰	بالتر از ۰/۰۹۰
زیاد	۰/۰۷۵	۰/۰۹۰
متوسط	۰/۰۶۰	۰/۰۷۵
کم	کمتر از ۰/۰۶۰	۰/۰۶۰

در جدول (۵)، میانگین امتیاز وزنی هریک از معیارها به تفکیک دسته‌بندی آن ارائه شده است. طبق یافته‌های حاصل از پژوهش، ۱۵ زیرمعیار به‌عنوان زیرمعیارهای با درجه اثرگذاری بسیار زیاد تشخیص داده شده‌اند. آموزش جامعه میزبان با اختصاص امتیاز ۰/۱۴، اثرگذارترین زیرمعیار مورد بررسی در این پژوهش به‌شمار می‌رود. شاخص احداث اکومپ با دریافت امتیاز ۰/۱۳۵، دومین زیرمعیار اثرگذار در کارآفرینی اکوتوریستی کویر مرنجاب بود. زیرمعیارهای اقامتگاه بین راهی، صنایع دستی، سیستم دفع فاضلاب، انرژی‌های تجدیدپذیر، آموزش مسئولان، شکار، مزارع، جهت شیب، کیفیت زیستگاه، رطوبت نسبی، ویژگی‌های زیستی، ترکیب و هتل‌ها رتبه‌های سوم تا پانزدهم را به‌خود اختصاص داده‌اند. زیرمعیار ارتفاع با میانگین وزنی ۰/۰۸۰ در دسته اثرگذاری به میزان زیاد، بیشترین و بعد از آن، وسعت با میانگین وزنی ۰/۰۷۹ و سایر زیرمعیارها، مثل داروخانه، سیستم برق‌رسانی تا آخرین آن‌ها یعنی ارائه محصولات محلی با میانگین وزنی ۰/۰۷۵ به‌عنوان کمترین مقدار درجه‌بندی شدند. اثرگذاری متوسط در بازه ۰/۰۶۰ تا ۰/۰۷۵ قرار گرفته است که شروع آن با زیرمعیار ارائه غذای سنتی با میانگین وزنی ۰/۰۷۴ شروع و با بازارچه‌های صنایع دستی، میزان منبع، تعارض بین واقعیات، تعمیرگاه اتومبیل، تنوع ادامه یافته و به ماسه‌درمانی با میانگین وزنی ۰/۰۶۰ ختم می‌شود. بیشترین تعداد زیرمعیار در این قسمت، با ۴۶ داده تقسیم‌بندی شده است. دسته‌بندی آخر مربوط به زیرمعیارهای با اثرگذاری کم است. در این دسته، زیرمعیار ماجراجویی، روحیه مهمان‌نوازی، فرهنگ گردشگرپذیری، بخش خصوصی هرکدام با میانگین وزنی ۰/۰۵۹ و سازمان‌های مردم‌نهاد با میانگین وزنی ۰/۰۵۷، سازمان‌های مرتبط با بخش گردشگری و در انتها نیروی انسانی با میانگین وزنی ۰/۰۵۶ قرار دارد (جدول ۵).

شماره	معیار	میانگین وزنی	شماره	معیار	میانگین وزنی
۱	اقتصادی	۰/۴۲۵	۱۲	طبیعت‌گردی	۰/۶۶۵
۲	بازار محلی	۰/۵۰۸	۱۳	اجتماعی	۰/۹۴۶
۳	بهداشتی‌درمانی	۰/۲۹۱	۱۴	اقلیم منطقه	۰/۳۰۳
۴	حمل و نقل	۰/۵۶	۱۵	سیمای فیزیکی	۰/۴۷۹
۵	زیرساخت‌های اولیه	۰/۵۸۸	۱۶	حیات وحش	۰/۳۰۱
۶	ارتباطی الکترونیکی	۰/۲۰۷	۱۷	حساسیت محیطی	۰/۱۶۳
۷	تبلیغات و اطلاع‌رسانی	۰/۲۹۵	۱۸	منابع آب	۰/۲۳۳
۸	اقامتی	۰/۵۵۹	۱۹	ویژگی‌های خاک	۰/۴۹
۹	غذا و نوشیدنی	۰/۲۴۹	۲۰	پوشش گیاهی	۰/۳۲۸
۱۰	رفاهی تفریحی	۰/۵۲۴	۲۱	نهادی	۰/۳۰۱
۱۱	فرهنگی آموزشی	۱/۰۹۶			

اولویت‌بندی زیرمعیارهای مؤثر بر فضای ارزش‌آفرینی طبیعت‌گردی

به‌منظور شناسایی اثرگذارترین زیرمعیارهای مؤثر بر کارآفرینی اکوتوریستی به جهت تعداد بالای زیرمعیارها (۱۲۳ زیرمعیار) با استفاده از میانگین و انحراف معیار مجموع امتیازات کسب‌شده، دسته‌بندی انجام شد. در جدول (۳) میانگین و انحراف معیار مجموع امتیاز وزنی کسب‌شده توسط هریک از زیرمعیارها ارائه شده است.

شاخص	مقدار
میانگین	۰/۰۷۵
انحراف معیار	۰/۰۱۵

زیرمعیارهای مورد بررسی با توجه به میانگین امتیاز کسب‌شده در چهار دسته اثرگذاری بسیار زیاد، اثرگذاری زیاد، اثرگذاری متوسط و اثرگذار کم دسته‌بندی شد. در جدول (۴) نحوه دسته‌بندی مذکور ارائه شده است.

جدول (۵): اولویت‌بندی زیرمعیارها

میزان اثر	شماره	زیرمعیار	میانگین وزنی	شماره	زیرمعیار	میانگین وزنی
بسیار زیاد	۱	آموزش جامعه میزبان	۰/۱۴	۹	مزارع	۰/۰۹۲
	۲	اکوکمپ	۰/۱۳۵	۱۰	جهت شیب	۰/۰۸۹
	۳	اقامتگاه بین راهی	۰/۱۲۴	۱۱	کیفیت زیستگاه	۰/۰۸۸
	۴	صنایع دستی	۰/۱۰	۱۲	رطوبت نسبی	۰/۰۸۶
	۵	سیستم دفع فاضلاب	۰/۱۰	۱۳	ویژگی‌های زیستی	۰/۰۸۶
	۶	انرژی‌های تجدیدپذیر	۰/۱۰	۱۴	ترکیب	۰/۰۸۵
	۷	آموزش مسئولان	۰/۱۰	۱۵	هتل	۰/۰۸۵
	۸	شکار	۰/۰۹۶			
زیاد	۱	ارتفاع	۰/۰۸۰	۱۰	ارائه لباس محلی	۰/۰۷۷
	۲	وسعت	۰/۰۷۹	۱۱	پمپ بنزین	۰/۰۷۶
	۳	داروخانه	۰/۰۷۹	۱۲	مخاطرات محیطی	۰/۰۷۵
	۴	سیستم برق‌رسانی	۰/۰۷۸	۱۳	سیستم آب تصفیه	۰/۰۷۵
	۵	سیستم دفع ضایعات	۰/۰۷۸	۱۴	ارائه محصولات محلی	۰/۰۷۵
	۶	تخفیفات مالیاتی	۰/۰۷۸			
	۷	بارش	۰/۰۷۷			
	۸	ویژگی‌های فیزیکی	۰/۰۷۷			
	۹	حساسیت گونه	۰/۰۷۶			
متوسط	۱	ارائه غذای سنتی	۰/۰۷۴	۲۵	قیمت تمام‌شده خدمات	۰/۰۶۸
	۲	بازارچه‌های صنایع دستی	۰/۰۷۴	۲۶	رقابت بین ارائه‌دهندگان خدمات	۰/۰۶۸
	۳	میزان منبع	۰/۰۷۴	۲۷	رالی	۰/۰۶۸
	۴	تعارض بین انتظارات و واقعیات	۰/۰۷۴	۲۸	دولت	۰/۰۶۸
	۵	تعمیرگاه اتومبیل	۰/۰۷۳	۲۹	محوطه برپایی چادر	۰/۰۶۶
	۶	تنوع	۰/۰۷۳	۳۰	وبسایت	۰/۰۶۶
	۷	کادر درمانی	۰/۰۷۲	۳۱	شبکه‌های اجتماعی	۰/۰۶۵
	۸	جمعیت	۰/۰۷۲	۳۲	نیروی انسانی ماهر	۰/۰۶۵
	۹	گیاهان دارویی	۰/۰۷۲	۳۳	اینترنت	۰/۰۶۵
	۱۰	دما	۰/۰۷۲	۳۴	انگیزه‌ها	۰/۰۶۵
	۱۱	خط تلفن	۰/۰۷۱	۳۵	کویردرمانی	۰/۰۶۵
کم	۱۲	خدمات پرداخت الکترونیکی	۰/۰۷۱	۳۶	ریسک سرمایه‌گذاری	۰/۰۶۵
	۱۳	حمام آفتاب	۰/۰۷۱	۳۷	استفاده از کارکنان بومی	۰/۰۶۴
	۱۴	فن‌آوری اطلاعات	۰/۰۷۰	۳۸	آژانس‌های گردشگری	۰/۰۶۴
	۱۵	کرایه خودرو	۰/۰۷۰	۳۹	رصد ستارگان	۰/۰۶۴
	۱۶	مناسب‌سازی جاده	۰/۰۶۹	۴۰	امنیت روانی	۰/۰۶۴
	۱۷	خطرپذیری	۰/۰۶۹	۴۱	امنیت فیزیکی	۰/۰۶۴
	۱۸	آشنایی با قوانین	۰/۰۶۹	۴۲	سرمایه در گردش	۰/۰۶۲
	۱۹	سرویس بهداشتی	۰/۰۶۸	۴۳	گذران اوقات فراغت	۰/۰۶۲
	۲۰	تابلوهای راهنمای راه	۰/۰۶۸	۴۴	شترسواری	۰/۰۶۲
	۲۱	خانه‌های مردم محلی	۰/۰۶۸	۴۵	راهنمای محلی بومی	۰/۰۶۰
	۲۲	جاذبه‌های زیباشناختی	۰/۰۶۸	۴۶	ماسه‌درمانی	۰/۰۶۰
	۲۳	کیفیت آب	۰/۰۶۸			
	۲۴	تابش	۰/۰۶۸			
	۱	ماجرای جویی	۰/۰۵۹	۷	نیروی انسانی	۰/۰۵۶
۲	روحیه مهمان‌نوازی	۰/۰۵۹				
۳	فرهنگ گردشگرپذیری	۰/۰۵۹				
۴	بخش خصوصی	۰/۰۵۹				
۵	سازمان‌های مردم‌نهاد	۰/۰۵۷				
۶	سازمان‌های مرتبط با گردشگری	۰/۰۵۶				

بحث و نتیجه‌گیری

و پیچیدگی مطالعات در فضاهای طبیعی و لزوم نگرش اکولوژیکی به‌عنوان زیرساخت توسعه، الزامات فضای ارزش‌آفرینی در کویر مرنجاب با بررسی ۶ شاخص، ۲۱ معیار و ۱۲۵ زیرمعیار، عوامل مؤثر بر فضای کارآفرینی اکوتوریستی در کویر مرنجاب مورد بررسی قرار گرفت که از

پژوهش حاضر به‌منظور شناسایی عوامل مؤثر بر فضای ارزش‌آفرینی طبیعت‌گردی در مناطق کویری ایران، به‌طور نمونه در منطقه مرنجاب انجام شد. با توجه به ابعاد مختلف

سیستم گازرسانی، سیستم آب تصفیه، پمپ بنزین، سیستم دفع فاضلاب، سیستم دفع ضایعات و استفاده از انرژی تجدیدپذیر (انرژی خورشیدی، باد و...) برای گسترش کارآفرینی در کویر مرنجاب ضروری می‌باشد.

معیار حمل‌ونقل در این پژوهش، امتیاز ۰/۵۶ را کسب کرده است. ایجاد تعمیرگاه اتومبیل، آژانس‌های کرایه خودرو، مناسب‌سازی جاده (سازگار با محیط زیست) و نصب تابلوهای راهنمای راه از دیگر عوامل مؤثر بر گسترش ارزش‌آفرینی در کویر مرنجاب است.

در بررسی معیار اقامتی، نتایج حاکی از کسب امتیاز ۰/۵۵۹ است. در این معیار، محوطه مخصوص برپایی چادر، آماده‌سازی خانه‌های مردم محلی برای ارائه خدمات اقامتی، ایجاد مسافرخانه، هتل، اقامتگاه‌های بین‌راهی و اکوکمپ به‌عنوان ضرورت برای گسترش کارآفرینی در منطقه مرنجاب تشخیص داده شد.

فرصت‌های رفاهی تفریحی با در نظر گرفتن فرصت‌های شترسواری، کویرنوردی، شکار، رالی، حمام آفتاب، تفریح و رصد ستارگان در شب، امتیاز ۰/۵۲۴ را در فرصت‌های ارزش‌آفرینی طبیعت‌گردی در کویر مرنجاب، به‌خود اختصاص داده است.

معیار بازار محلی با میانگین امتیاز ۰/۵۰۸، هشتمین معیار مؤثر بر کارآفرینی اکوتوریستی تشخیص داده شد. در این معیار، فرصت‌هایی نظیر بازارچه‌های صنایع دستی و بومی، ارائه غذاهای محلی، ارائه محصولات محلی، استفاده از کارکنان بومی در سایر بخش‌های مرتبط با گردشگری، ارائه لباس محلی، راهنمای تور محلی و ارائه صنایع دستی، عمده‌ترین زمینه‌های ارزش‌آفرینی طبیعت‌گردی است.

معیارهای ویژگی‌های خاک، سیمای فیزیکی، اقتصادی، پوشش گیاهی، اقلیم منطقه، حیات وحش، نهادی، تبلیغات و اطلاع‌رسانی، بهداشتی‌درمانی، غذا و نوشیدنی، منابع آب، ارتباطی الکترونیکی و حساسیت محیطی، به‌ترتیب در جایگاه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

مسئله اصلی در این مطالعه، لزوم حرکتی جدید به‌منظور ساختن شاخص‌های سیستماتیک برای عملیاتی کردن ابعاد

نظر حجم شاخص‌های مورد بررسی در نوع خود کم‌نظیر است. شناسایی این عوامل گامی مؤثر در برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری است و شرط لازم برای استقرار بهینه فعالیت‌ها و توسعه پایدار منطقه مرنجاب محسوب می‌شود. طبق یافته‌های حاصل از پژوهش شاخص‌های خدماتی، ویژگی‌های محیطی، شاخص زیرساختی، اجتماعی، اقتصادی و نهادی، به‌ترتیب بیشترین میزان اثرگذاری بر کارآفرینی اکوتوریستی در کویر مرنجاب را به‌خود اختصاص داده‌اند. در بررسی میزان اثرگذاری معیارهای مورد بررسی، یافته‌های حاصل از نظرسنجی انجام گرفته و تحلیل نتایج با استفاده از روش دلفی حاکی از آن است که کارشناسان معتقدند در منطقه مورد مطالعه (کویر مرنجاب) معیار فرهنگی آموزشی با میانگین وزنی ۱/۰۹۶، دارای بیشترین ضریب تأثیرگذاری بر کارآفرینی اکوتوریستی در کویر مرنجاب است. معیار مورد بررسی با زیرمعیارهای فرصت‌های علمی آموزشی، پرندنگری، گیاه‌شناسی، زمین‌شناسی، جانورشناسی، کویرشناسی، جمع‌آوری گیاهان دارویی، عکاسی، مرکز اطلاع‌رسانی طبیعت‌گردی، ایجاد موزه طبیعت، ایجاد نمایشگاه‌های فرهنگی، آموزش، ارائه و انتشار زبان و اصطلاحات گویش محلی، اجرای آیین‌های سنتی (قاشق‌زنی، رسم هوربابا، تعزیه و...) از نظر کارشناسان، اثرگذارترین زمینه‌های گسترش کارآفرینی در منطقه مورد مطالعه‌اند.

معیار اجتماعی با میانگین امتیاز وزنی ۰/۹۴۶ جایگاه دوم را به‌خود اختصاص داده است. در این معیار، زیرمعیارهای روحیه مهمان‌نوازی و نیروی انسانی اثرگذارترین عوامل در توسعه و بارگذاری بسترهای کارآفرینی در کویر مرنجاب بوده‌اند.

معیار طبیعت‌گردی، امتیاز ۰/۶۶۵ را کسب کرده است. طبق نتایج حاصل از پژوهش معادن، مزارع، مراتع، ذخایر نمک، حفاظت از گونه‌های جانوران، گیاهان دارویی، کویردرمانی، ماسه‌درمانی و ماجراجویی فرصت‌های طبیعی توسعه کارآفرینی در کویر مرنجاب قلمداد می‌شود.

کسب امتیاز ۰/۵۸۸ برای زیرساخت‌های اولیه، بیانگر آن است از نظر کارشناسان ایجاد و بهبود سیستم برق‌رسانی،

به‌ویژه اکوتوریسم دارند، زیرا آن‌ها می‌توانند اطلاعات دقیق‌تر و کاربردی‌تری از مسائل و نحوه توسعه کارآفرینی اکوتوریسم ارائه دهند. طبیعتاً معرفی و اولویت‌بندی معیارهای مؤثر بر ارزش‌آفرینی و کارآفرینی طبیعت‌گردی در سایر اکوسیستم‌ها نیازمند بررسی جداگانه خواهد بود.

مختلف توسعه کارآفرینی اکوتوریستی متناسب با شرایط مناطق کویری ایران است تا محققان و برنامه‌ریزان مسائل طبیعت‌گردی بتوانند در مطالعات خود از این شاخص‌ها استفاده کنند. علاوه بر این، شاخص‌ها ارزش و اعتبار بالایی در فرایند برنامه‌ریزی و توسعه کارآفرینی گردشگری و

منابع

- Ahmadi, A., Behiari-Dai, A., 1997. Applying the Delphi Method in Determining the Priority of Strategic Organization Objectives. The Fifth Conference of Industrial Engineering Student, University of Science and Technology, Tehran, Iran. (in Persian)
- Chowdhury, M.S., 2007. Overcoming Entrepreneurship Development Constraints: the Case of Bangladesh. Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, Vol. 1, No. 3, PP. 240-251.
- Cuhls, k., 2007. Methods to Elicit Forecasts from Groups: Delphi and Prediction Markets Compared [online]. Munich Personal Repec Archive, <http://mpra.ub.uni-muenchen.de> [Accessed 17 April 2010].
- Dadvarkhany, F., Rezvani, M.r., Imani Gheshlagh, S., Bouzarjomehri, Kh., 2015. Analysis the role of tourism in development of entrepreneurial characteristics and trend of entrepreneurship among rural youth (Case study: villages of the Kandovan and Eskandano of the Osku province). Research in Human Geography, No. 78, 169-195.
- Dakly and Helmer, Olaf (1963), "An experimental application of the Delphi method to the use of experts". Management Science, Vol. 9, No. 3.
- Fathi Vajargah, k., Mureen, V., 2002. Guide for Cost-benefit analysis in educational planning application. Ayizh publication.
- Ghanian, M., Khani, F. Baghaei, L., 2011. Assess the entrepreneurial space in rural tourism: A Case Study Oraman region. Rural Journal, Issue Three, 123-99.
- Hader, M., Hader, S., Delphi and Kognitions Psychologie: Ein Zugang Zur., 1995. Theoretischen Fundierung Der Delphi-Methode, in: ZUMA-Nachrichten. Vol. 37, No.19, 28-36.
- Heilig, K. and Gerhard, M., 2002. European Rural Development. International Institute for Applied Systems analysis Luxemburg Austria.
- Hezarjaribi, J., 2005. Entrepreneurship. Tehran: publication of the Institute of Economic Affairs.
- Haddadi nia, S., Daneh Kar, A., 2012. Prioritization Nature criteria in the desert and semi-desert ecosystems with Delphi method. Geography and urban regional planning, No. 3, 18-29.
- Imeni Gheshlagh, S., Hashemi, S., 2009. The role of entrepreneurship in sustainable development of tourism. Business and society, Islamic Azad University Press.
- Jomee poor, M., Namayandeh, A., 2012. Strategic Assessment of Maranjab ecotourism and tourism carrying capacity of Kashan. Research and Rural Planning, No. 1, 45-71.
- Karami, M., Modir, M. (2010) identification of suitable areas Tourism step towards achieving regional development (Case study: Kalporgan), Volume 10, Issue 11, pp. 65-84.
- Lickorish, L., J., 1991. "Roles of government and private sector "In Developing Tourism Destinations. Harlow: Longman, 121- 146.
- Lordkipanidze, M. (2005). Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development: The case of Söderslätt region. Sweden; Published by IIIIEE, Lund University, Sweden.
- Motiei Langroodi, S. H., Ghadiri Masoum, M., Dadvarkhany, F., Fardi, y., Torkashvand, J., 2011. Explain Factors affecting the empowerment of rural entrepreneurship development (Case study: part of Zand and Samen city in Malayer). Research in Human Geography, No. 8, 119-138.
- Mozaffari, GH., Doosti, M. (2012) Mktn evaluation and selection urban parks Region 1 Yazd Using Boolean method and the Delphi technique in GIS, Human Geography Research, Volume 44, pp65-78.
- Maghsoodi, M., Emad al-Din, S., 2004. Land

- Geotourism property assessment forms with emphasis on the Dasht-e Lut desert areas. *Journal of Tourism Studies*, Volume 2, Issue 6, 95-108.
20. Maghsoodi, M., Shamsipour, A.S. A., Noorbakhsh, S. F., 2011. Potentiometric optimal areas of Geo Morpho tourism development (Case Study: Maranjab area in the south of salt lake). *The study of physical geography*, No. 77, 1-19.
 21. Motiee Langroodi, S. H., Ghadiri Masoum, M., 2012. Explained the factors affecting the empowerment of rural entrepreneurship development (Case study: part of life and Samen city in Malayer)., *Journal of Research in Human Geography*, Number 80, 119-138.
 22. Mozaffari, Gh., Doosti, M., 2012. Assessment and site selection of urban parks Region 1 Yazd using Boolean and Delphi method by GIS. Volume 44, Issue 4, 65-78.
 23. Momayyez, A., Abbasi, M., Ghasemi, S. A., 2012. Future opportunities for entrepreneurs on the ground tourism (Case Study: Julfa region). *Journal of Applied Research in Geographical Sciences*, 91, 7-22.
 24. Shahrokht Ismaili, M., Taghvae, A. (2011) Assessment city Vulnerability with passive defense approach using the Delphi method (Case study: Birjand), *Urban Management Journal*, Issue 28, Pages 93 - 110.
 25. Situmorang, M., Dohar, B., Isti, R. Mirzanti., 2012. Social entrepreneurship to develop ecotourism. *International Conference on Small and Medium Enterprises Development with a Theme "Innovation and Sustainability in SME Development"*
 26. Nouri, S. H., Nilipour Tabatabaei, SH., 2007. Prioritize the development of the agricultural sector, agro industries using Delphi method. *Falavarjan province - Isfahan, Geographical Research*, 61, pp161-177.
 27. Newsome, D and Dowling, R, and Moore, S., 2005, *Wildlife tourism, channel view publications*.
 28. Najafi naveh Khoshk, P., Azadi, S., 2012. The importance of promoting entrepreneurship in the tourism industry. *The National Conference of entrepreneurship and business management knowledge, Mazandaran University*.
 29. Pardakhtchi, MH, Shafi'zadeh, H., 1997. *Introduction to entrepreneurship, publishing Arasbaran, Tehran*.
 30. Rukn al-Din Eftekhari, A.r., Portaheri, m., Fazli, N., 2014. Analysis the Factors affecting the development of rural tourism entrepreneurs. *Tourism planning and development magazine*, Issue 8, 87-107.
 31. Rafeie Darani, H., Barati, J., 2013. The role of tourism industry in employment in Khorasan Razavi province. *Journal of Tourism Management Studies*, Issue 25, 109-134.
 32. Reid Donald, G., 2003. "Tourism, Globalization and Development Responsible Tourism Planning". London, Sterling & Virginia: Pluto Press.
 33. Sajasi Gheidari, H., Rukn al-Din Eftekhari, A.R., Portaheri, M., 2014. The development and validation of Ecotourism entrepreneurship criteria in rural areas, *The geographical landscape in human studies*, No. 26, 445-70.
 34. Seydaei, S.E., Saeghi, H., 2014. "Entrepreneurship and Rural Planning", Isfahan, Darkhoein publication.
 35. Shahrkht Ismaili, M., Taghvaei, A., 2011. Vulnerability Assessment city with passive defense approach using the Delphi method (Case study: Birjand). *Urban management*, Issue 28, 93-110.
 36. Taghdisi, A., Hashemi, S., Hashemi, M. M., 2015. Analyze the factors affecting development of entrepreneurship in rural areas. *Journal of Geography and environmental hazards*, Issue 14, 83-98.
 37. UNWTO., 2007. "Sustainable Development of Tourism in Deserts"
 38. UNWTO., 2015.
 39. Verheul, I. et al., 2001. *An eclectic theory of ntrepreneurship*, Tinbergen Institute Discussion Paper. Indianapolis: Institute for Development Strategies, Indiana university.
 40. Zoormand, P. (2016) identify factors influencing entrepreneurship ecotourism (case study: Maranjab), *Master's thesis, Department of Geography and ecotourism, Kashan University*.

Assessment the factors affecting value creation ecotourism space In desert ecosystems (Case stuy: Maranjab)

Mohsen shaterian¹, Sedighe kiani salmi^{*2}, Parinaz zormand³

Received: 27/10/2016

Accepted: 2/1/2017

Abstract

Tourism and entrepreneurship are including in new thread of world scientific literature. No doubt accurate and appropriate compilation of tourism and entrepreneurship can not only meet the needs of the villagers, involving secure tourism for tourists. The key issue in the realization of entrepreneurial activity at the community level, providing entrepreneurial atmosphere. The relationship between tourism and sustainable development of entrepreneurship in the region can be through consideration the potential positive impact of entrepreneurship on various aspects of economic, cultural and social environment to be determined. The present study aims to identify and prioritize the criteria for ecotourism entrepreneurship desert regions have been conducted in Maranjab. The research instrument was a questionnaire constructed with 6 index, 21 criteria and 125 sub-criteria Its validity by experts and its reliability by using Cronbach's alpha test and was confirmed to the 0/93 and by 25 experts in the field of tourism Maranjab answered. Data analysis was conducted using the Delphi technique. The findings suggest, cultural and educational criteria with a weighted average of 1.096, the highest factor influencing entrepreneurship is ecotourism in Maranjab. Social Criteria 0.946 Weighted average rating criteria for eco-tourism, basic infrastructure, accommodation, transport and leisure facilities have been 0.665, 0.588, 0.560, 0.559 weight rating and 0.524 respectively in the second to seventh positions. Local market benchmark with an average of 0.508 points eighth criteria of effective was influencing entrepreneurship ecotourism. Criteria soil characteristics, physical appearance, economic, vegetation, climate, wildlife, institutional, advertising and media, health - Medical treatment, food and beverage, water resources, communications - electronic and environmental sensitivity weighted average 0.163 respectively in the subsequent positions ecotourism was diagnosed impact on entrepreneurial opportunities.

Keywords: Desert ecosystem, ecotourism, Delphi method, the value creation ecotourism space.

1. Associate Professor Department of Geography and ecotourism, University of Kashan

2. Assistant Professor, Department of Geography and ecotourism, University of Kashan. Email: S.kiani@kashanu.ac.ir.

3. Master of Ecotourism, University of Kashan