



ارزیابی توسعه گردشگری اردبیل با استفاده از مدل سوات (SWOT): مطالعه موردی شهر اردبیل

رسول اسماعیلی کیا^۱، اقباله عزیز خانی^۲، صمد عابدینی^۳

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، واحد خلخال، دانشگاه آزاد اسلامی، خلخال، ایران.

۲. استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد خلخال، دانشگاه آزاد اسلامی، خلخال، ایران. (نویسنده مسئول)

۳. دانشیار گروه جامعه‌شناسی، واحد خلخال، دانشگاه آزاد اسلامی، خلخال، ایران

نویسنده مسئول: esmaili_kia@yahoo.com

چکیده

صنعت گردشگری امروز در اغلب کشورهای جهان، به‌ویژه جهان سوم، کلید اقتصادی به شمار می‌رود تا جای که در کشورها گردشگری بیش از سایر برنامه‌های توسعه در اولویت قرار گرفته است. پژوهش حاضر با هدف تعیین عوامل درونی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) پیش روی توسعه گردشگری شهر اردبیل به نگارش در آمده است. این تحقیق یک تحقیق توصیفی-تحلیلی محسوب می‌باشد، هرچند این پژوهش بر اساس هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است، بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها و ماهیت داده‌ها از نوع کیفی است. جهت جمع‌آوری اطلاعات ابتدا از طریق مصاحبه به روش دلفی شناسایی عوامل اصلی صورت گرفته است، سپس با تکنیک SWOT به شناسایی نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات شهر اردبیل از نظر گردشگری پرداخته شده است. بنابراین جامعه آماری پژوهش حاضر متخصصین حوزه گردشگری می‌باشند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که عواملی همچون برگزاری دوره‌های مقدماتی و عالی برای مدیران دفاتر مسافرتی، شناسایی و معرفی پتانسیل‌های جذب گردشگر، وجود مدیران، کارکنان و تورگردانان متعهد و دلسوز با علاقه و انگیزه و... بالاترین ضریب نقاط قوت را به خود اختصاص داده است. عواملی همچون عدم وجود راهنماهای توریست کافی مسلط به زبانهای روسی و عربی، عدم وجود برنامه مناسب جهت توسعه توره‌های ورودی و... بالاترین ضریب نقاط ضعف را به خود اختصاص داده اند.

واژگان کلیدی: استراتژی، تحلیل راهبردی، توسعه گردشگری، تکنیک SWOT

مقدمه و بیان مسئله

مسافرت و صنعت جهانگردی به‌عنوان بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا به‌حساب می‌آید. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به‌عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند. به‌ویژه در کشورهای درحال توسعه که شکل‌های دیگر توسعه اقتصادی مثل تولید یا استخراج منابع طبیعی، از نظر اقتصادی به‌صرفه نیست، یا نقش چندان مهمی در صحنه تجارت و بازرگانی ندارد. به توسعه صنعت گردشگری توجه زیادی می‌شود. بنابراین تردیدی نیست که همه کشورهای جهان تلاش می‌کنند تا در رقابتی تنگاتنگ در پی بهره‌گیری از مزایای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی برآمده و سهم بیشتری از درآمد و بالا بردن سطح اشتغال ناشی از بهینه‌سازی این صنعت خدماتی در کشور خود داشته باشند. در دهه‌های اخیر، بی‌تردید، گردشگری^۱ یکی از پدیده‌های اجتماعی-اقتصادی مهم و دارای آثار اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و محیطی است که به‌صورت پدیده‌ای فراگیر و جهانی رخ‌نمون داشته است (ویسی و مهمان‌دوست، ۱۳۹۴: ۱۳۴). همچنین در دنیای امروز سفر از ضروریات زندگی اجتماعی و مهم‌ترین عامل برقراری ارتباط در زمینه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی و سیاسی است. صنعت گردشگری به‌عنوان صنعتی پویا و دارای ویژگی‌های بارز و منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه‌یافته و درحال توسعه را به خود اختصاص داده است (سازمان گردشگری جهانی، ۲۰۰۷: ۱۱).

بر اساس جدیدترین گزارش سازمان جهانی گردشگری (۲۰۱۵)، در سال ۲۰۱۴ از هر یازده شغل یک شغل، ۶ درصد صادرات و ۳۰ درصد ارائه خدمات در جهان و به‌طور کلی ۹ درصد تولید ناخالص جهانی (۱۲۴۵ میلیارد دلار درآمد) مربوط به صنعت گردشگری بوده که از ۱/۱۳ میلیارد نفر گردشگر

1. Tourism



بین‌المللی به‌دست آمده است. در کنار منافع مستقیم درآمدهای ارزی فراوان صنعت گردشگری، مواردی نظیر اشتغال‌زایی، رونق کسب‌وکار، توزیع ثروت، کمک به توسعه عدالت فضایی، ترویج و تبادل فرهنگی، کمک به توسعه صلح، تبلیغ و حفظ آثار فرهنگی و اجتماعی باعث شده است تقریباً همه کشورها به دنبال بهره‌گیری از این صنعت در راستای منافع ملی خود باشند. این عوامل موجب شده است کارشناسان گردشگری را یکی از لوازم «توسعه»^۲ بدانند (ویسی، ۱۳۹۶).

کمپل^۳ و بوچان^۴ (۲۰۱۴) نیز بر گردشگری به‌عنوان یکی از محورهای اصلی توسعه در عصر حاضر تأکید کرده‌اند و معتقدند که تقریباً همه دولت‌ها به دنبال کسب حداکثر منافع از این صنعت هستند؛ اما روشن است که حکومت‌ها و کشورهای مختلف از سفره بزرگ صنعت گردشگری بهره یکسان نبرده‌اند و حتی کشورهایی که از نظر بسیاری از ویژگی‌ها (وسعت، سرزمین، موقعیت، جمعیت، قدمت تاریخی و...) وضعیت نسبتاً مشابهی دارند، از نظر میزان بهره‌گیری از گردشگری با یکدیگر بسیار متفاوت‌اند (مانند کره شمالی و کره جنوبی و یا ایران و ترکیه). با توجه به این‌که استان اردبیل دارای قابلیت‌های متعدد گردشگری در زمینه‌های مختلف از جمله منابع طبیعی، تاریخی، میراث فرهنگی و همچنین به دلیل برخورداری از آب‌وهوای بسیار خنک در فصل گرم تابستان برخوردار است، لذا مسافران زیادی هر ساله مقصد خود را، این استان انتخاب می‌کنند. استان اردبیل با عنوان سرزمین سرچشمه‌های بهشتی سالانه در حدود ۴ تا ۵ میلیون گردشگر را از سراسر ایران و حتی خارج از کشور جذب می‌کند. اردبیل به‌عنوان پایتخت و خاستگاه امپراتوری صفوی، نشانه‌های تاریخی و فعالیت‌های انسانی در دوره‌های پیش‌ازتاریخ، پیش و پس از اسلام، از جاذبه‌های و پتانسیل‌های طبیعی توده سیلان با ۱۱۰ چشمه آب‌معدنی، جنگل‌های طبیعی، ییلاق‌های تابستانی، برکه‌ها و دریاچه‌های طبیعی ۳۰ گانه از جمله شورابیل و نئور، رودخانه-ها، کوه سبلان، زمستان برفی و دیدنی و جاذبه‌های فرهنگی و اجتماعی ایلات و عشایر و جوامع روستایی برخوردار است که متأسفانه با وجود چنین قابلیت‌هایی در برنامه‌ریزی گردشگری استان کمتر بدان توجه شده و این‌گونه مسائل نشان‌دهنده رشد نامتوازن توسعه گردشگری در استان و کشور بوده و نیازمند بررسی مسائل و مشکلات این حوزه در استان، روند توسعه گردشگری و موانع و ارائه راهکارهای علمی و ساختاری در حوزه گردشگری استان اردبیل است. لذا این استان توانایی تبدیل‌شدن به منطقه بزرگ گردشگری و تأمین نیازهای مختلف توریست‌ها را دارد تا بتواند با تأمین این نیازها و ایجاد مسافران و گردشگران در آن‌ها، امکان توسعه منطقه را فراهم نماید. لذا در این پژوهش قصد بر آن است تا به روند توسعه گردشگری اردبیل پرداخته، بسترهای توسعه گردشگری استان اردبیل شناسایی و موانع پیشروی این صنعت در استان اردبیل مورد بررسی قرار گیرد.

اهداف تحقیق

تعیین عوامل درونی (نقاط قوت و ضعف) پیش روی توسعه گردشگری شهر اردبیل
تعیین عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) پیش روی توسعه گردشگری شهر اردبیل
ارائه استراتژی بهینه توسعه گردشگری شهر اردبیل

سوالات تحقیق

عوامل درونی (نقاط قوت و ضعف) پیش روی توسعه گردشگری شهر اردبیل کدام‌اند؟
عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) پیش روی توسعه گردشگری شهر اردبیل کدام‌اند؟
راهکار بهینه برای توسعه گردشگری شهر اردبیل چیست؟

مبانی نظری

رهیافت‌های نظری متعددی، در خصوص پدیده گردشگری و ارتباط آن با عوامل مؤثر در شکل‌گیری و استمرار آن وجود دارد که به طور خلاصه می‌توان به این موارد اشاره کرد:

طبق دیدگاه حمایتی مثبت جهانگردی به مثابه یک صنعت مولد که یاری‌دهنده اقتصاد و توسعه کشورهاست در نظر گرفته می‌شود. در این نگرش جنبه‌های اقتصادی گردشگری بسیار با اهمیت تلقی می‌شود و سیاستگذاران به نقش مهم آن در رفع مشکلات اقتصادی کشورها توجه می‌کنند. دیدگاه حمایتی به توسعه هر چه بیشتر تاسیسات و امکانات جلب گردشگر و جهانگرد اهمیت می‌دهد و از این طریق می‌کوشد مشکلات اقتصادی

2 .Development

3 .Kamble

4 .Bouchon



جامعه را به حداقل برساند. در دیدگاه حمایتی مثبت دولت نباید در امور اجرایی توسعه گردشگری دخالت کند، بلکه نقش آن تصویب و اتخاذ سیاست ها و قانون هایی است که از توسعه گردشگری حمایت می کنند. این دیدگاه در دهه ۱۹۶۰ در غرب طرفداران بسیاری داشت (عباسی، ۱۳۹۲: ۷۳). براساس دیدگاه سازگاری دولت‌ها می کوشیدند که با انتخاب سیاست های مناسب گردشگری برای کشور خود، نوعی سازگاری و تطبیق میان مصالح جمعی و توسعه گردشگری ایجاد کنند و به جای محدود کردن گردشگری توسعه آن را با مصالح و منافع کشور هماهنگ سازند. در این دیدگاه، توسعه پایدار گردشگری راهنمای عمل مدیران بود و خط مشی های دولت نیز بر همین مبنا طراحی و اجرا شد (عباسی، ۱۳۹۲).

یکی از مکاتبی که امروزه در اغلب رشته های علمی مقبولیت یافته است و بررسی ها و تجزیه و تحلیل های علمی بر مبنای آن انجام می گیرد، دیدگاه و تفکر نظام گرا و مکتب سیستمی است. ویژگی مثبت این دیدگاه، پرهیز از تفکر تک بعدی و یک سو نگر است. این دیدگاه می کوشد تا با احتراز از یک سو نگر، و با بررسی درباره کلیت یک موضوع و در نظر گرفتن کلیه ارتباطات ممکن، البته در حد امکان به شناخت کامل تری از موضوع دست یابد (زاهدی، ۱۳۸۵: ۵). صنعت گردشگری، همانند هر سیستم دیگری از اجزایی تشکیل شده است که برای تحقق هدفی معین با یکدیگر در ارتباط و کنش متقابل اند. تغییر در یکی از عناصر منجر به بروز اثرات در دیگر اجزای مجموعه نیز می شود. نگرش سیستمی رویکرد نسبتاً جامعی برای درک، تجزیه و تحلیل، برنامه ریزی و پویایی گردشگری است. در این رویکرد به خوبی می توان بخش ها و عوامل تاثیر گذار بر گردشگری را هم چون، گردشگران، جاذبه ها، جامعه میزبان، سازمان ها و شرکت های ذی ربط، محیط و... به صورت بهم پیوسته مورد بررسی قرار داد و آنها را سازماندهی کرد (زینل محاسبی، ۱۳۸۹: ۵۷). با بررسی سیستمی صنعت گردشگری، امکان در نظر گرفتن کلیت نظام گردشگری و ارتباطات و تعامل های بین اجزای تشکیل دهنده و عوامل تاثیر گذار بر آن فراهم می آید و شناخت کامل تری از واقعیت ها به دست خواهد آمد. با اکتساب شناخت و آگاهی کامل تر است که تصمیمات مناسب تری در سیستم گردشگری اتخاذ خواهد شد. تصمیماتی که تبعات مثبت آنها بر پیامدهای منفی فزونی گرفته، تحقق هدف های گردشگری پایدار را تسهیل خواهند کرد (ضیایی و حسن پور، ۱۳۹۲).

در دیدگاه اقتصادی گردشگری به عنوان یکی از بهترین منابع کسب درآمد برای کشورهای مختلف به شمار می آید و به نقش مهم آن در رفع مشکلات اقتصادی این کشورها توجه می شود. دیدگاه اقتصادی، به توسعه هرچه بیشتر تالیسیات و امکانات جلب گردشگر و جهانگرد اهمیت داده و تلاش می کند تا از این طریق، مشکلات اقتصادی جامعه را به حداقل برساند. گردشگری تنها راه توسعه نیست، ولی می تواند روند توسعه اقتصادی را بر پایه قابلیت هایش تسهیل نماید (رضوانی، ۱۳۸۶: ۶۰).

پایداری مقوله بسیار مهمی است که امروزه در هر نوع توسعه از جمله توسعه گردشگری به عنوان یک رکن اصلی بر آن تاکید می شود. فلسفه گردشگری پایدار نشأت گرفته از توسعه پایدار می باشد و لذا با توجه به اینکه توسعه پایدار از اصول و مبانی پیشرفت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در جهان محسوب می شود و به دلیل نقشی که گردشگری می تواند در این زمینه ایفا نماید، لزوم و ضرورت توجه به گردشگری پایدار حائز اهمیت فراوان می باشد. طبق نظریه پایداری در گردشگری، استفاده از منابع طبیعی و فرهنگی بایستی با در نظر گرفتن نیازهای نسل های کنونی و آینده باشد، تا ضمن حفظ سلامت محیط زیست و هویت فرهنگی، رفاه و آسایش جامعه میزبان و گردشگران به طور پایدار تامین گردد. توسعه گردشگری، می تواند اثرات و پیامدهای منفی را نیز در مقاصد گردشگری در پی داشته باشد که عدم توجه به آنها می تواند به نابودی منابع طبیعی و فرهنگی و از بین رفتن صنعت گردشگری در منطقه منجر شود (زینل محاسبی، ۱۳۸۹: ۵۷).

منطقه مورد نظر با برخوردای از گنجینه های فرهنگی و آثار تاریخی به لحاظ گردشگری بسیار با اهمیت است. این آثار و گنجینه های تاریخی و فرهنگی تنها به نسل های کنونی تعلق ندارد بلکه میراثی برای آیندگان نیز هست. لذا هر گونه فعالیتی در راستای توسعه گردشگری و بهره برداری از استعداد های منطقه و قابلیت های موجود، بایستی با برنامه ریزی صحیح و مناسب صورت گیرد تا مانع از بروز اثرات منفی گردشگری شده و گردشگری پایدار را به معنای واقعی تحقق بخشد.

تئوری ذینفعان معتقد است که، ذینفعان باید همواره راضی باشند. در مفهوم گردشگری نیز مردم به عنوان ذینفعان، باید شناسایی شده و با در نظر گرفتن نیازها و خواسته های آنها، رضایت آنها حاصل شود چرا که نحوه ی نگرش مردم به عنوان ذینفعان اصلی نسبت به گردشگری، نقش کلیدی در توسعه ی گردشگری دارد (طاهری، ۱۳۹۹: ۶۹).

همچنین از نظر گتر رویکرد فیزیکی - فضایی رویکردی جغرافیایی است که به توریسم به عنوان امری که پایه اکولوژیکی دارد می نگرد و توسعه آن بر اساس الگوهای فضایی مشخص می شود. در این رهیافت امکانات و تهدیدهایی که تاثیرات مثبت و منفی توریسم را در محیط فیزیکی تغییر می دهد، مورد توجه قرار می گیرد (ضیایی و حسن پور، ۱۳۹۲).

پیشینه تحقیق

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCH-conf.ir

صباحی و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی تحت عنوان تحلیل نقش موانع انسانی در توسعه گردشگری پایدار شهر کرمان با هدف تحلیل نقش موانع انسانی بر توسعه گردشگری پایدار شهر کرمان به نگارش در آورده است. نوع تحقیق با توجه به هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش از نوع توصیفی و تحلیلی است. اطلاعات و داده‌های مورد نیاز با استفاده از روش‌های اسنادی و میدانی (پرسشنامه) جمع‌آوری شده است. جامعه آماری مورد مطالعه شامل دو گروه گردشگران داخلی و خارجی شهر کرمان بوده که با استفاده از تکنیک دلفی به طور تصادفی و نمونه انتخاب شده‌اند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS، از آزمون آماری کلموگروف اسمیرنوف و آزمون تی تک نمونه‌ای و همچنین جهت اولویت‌بندی و ضریب اهمیت معیارها از تکنیک DEMATEL با استفاده از نرم‌افزار MATLAB استفاده شده است. یافته‌های تحقیق با توجه به آزمون تی تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که در شهر کرمان تاثیر نقش موانع انسانی برای توسعه گردشگری پایدار نامطلوب بوده و باعث کاهش صنعت گردشگری شده است. همچنین نتایج حاصل از تکنیک دیمتل نشان می‌دهد از بین شاخص‌های تحلیل نقش موانع انسانی بر توسعه گردشگری پایدار شهر کرمان، شاخص اقتصادی - مالی با مقدار ۱/۶۹۸ مؤثرترین عامل و شاخص فناوری با مقدار ۲/۶۲۲- تأثیر پذیرترین عامل هستند.

امینی و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی تحت عنوان طراحی مدل رفتاری توسعه‌ی صنعت گردشگری ایران با محوریت جذب گردشگران خارجی به نگارش در آورده است. محقق در این پژوهش، هدف اصلی خود را پاسخگویی به این سوال قرار داده است که مدل رفتاری توسعه‌ی صنعت گردشگری ایران با محوریت جذب گردشگران خارجی چگونه است؟ با عنایت به این موضوع، پژوهش حاضر از نظر ماهیت از نوع تحقیقات پیمایشی - اکتشافی بوده و از رویکرد معادلات ساختاری برای دستیابی به مدل مورد نظر استفاده کرده است. جامعه آماری پژوهش متشکل از مجریان و فعالین در صنعت گردشگری است. نتیجه‌ی نهایی پژوهش ابعاد توسعه‌ی صنعت گردشگری کشور با هدف ورود گردشگران خارجی را در سه بُعد: ۱- مبادی گردشگری، ۲- حمل و نقل و ۳- مقاصد گردشگری پذیر داخلی مشخص نموده و از سوی دیگر برای توسعه‌ی این ابعاد سه‌گانه، نوع رفتارهای تأثیرگذار را در سه محور: ۱- رفتارهای نهادی، ۲- رفتارهای مردمی و ۳- رفتارهای تولیدی تعیین کرده است.

رنجبر و همکاران (۱۳۹۵) پژوهشی تحت عنوان تجزیه و تحلیل راهبردها و ارائه راهکارهای توسعه گردشگری شهر همدان با استفاده از مدل SWOT انجام داده است. جامعه آماری پژوهش حاضر مورد مطالعه گردشگران و کارشناسان و متخصصان حوزه گردشگری منطقه بوده است که با استفاده از دو نمونه پرسشنامه و انجام مصاحبه داده‌های مورد نظر جمع‌آوری شده است. محقق به منظور تحقق اهداف تحقیق، ابتدا نقاط قوت و ضعف توسعه گردشگری بوسیله ماتریس IFE و نقاط قوت و ضعف بوسیله ماتریس EFE تعیین گردیده است. سپس تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک بوسیله ماتریس SFAS و تدوین راهبردهای توسعه گردشگری به وسیله ماتریس SWOT انجام شده است. نتایج تحقیق منجر به ارائه راهبردهایی در ابعاد مختلف گردید که عبارتند از: حفظ شایستگی‌ها، بکارگیری استراتژی‌های مناسب رسوخ در بازار، توسعه بازار، توسعه خدمات گردشگری و ایجاد تنوع همگون تأکید دارد.

سجادی (۱۳۹۵) پژوهشی تحت عنوان بررسی راهکارهای توسعه گردشگری در منطقه آزاد اروند به نگارش در آورده است. هدف این پژوهش بررسی راهکارهای توسعه‌ی گردشگری منطقه آزاد اروند می‌باشد. پژوهش حاضر توصیفی می‌باشد. جامعه آماری کلیه کارشناسان و شاغلین و بخش گردشگری در سازمان منطقه آزاد اروند، اداره میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری و شهرداری آبادان، که تعداد آنها ۳۶ نفر است، می‌باشد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که جذب سرمایه‌های غیر دولتی، زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی و قابلیت‌های گردشگری همگی دارای نقشی بسیار مؤثر در توسعه گردشگری این منطقه می‌باشند.

سپهرنیا (۱۳۹۴) تحقیقی تحت عنوان «نگرش خلاق به صنعت گردشگری در ارتقاء سرمایه فرهنگی در ایران» با هدف بررسی جایگاه و رابطه میان شاخص‌های صنعت گردشگری و ارتقاء سرمایه فرهنگی در ایران به انجام رسانیده است. از نظر هدف این تحقیق کاربردی و از نظر گردآوری اطلاعات، توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری ۳۵۰ نفر از مدیران ارشد و کارشناسان فرهنگی در ۳۱ استان کشور است که از طریق نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب شده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مولفه «گردشگری» در وضعیت موجود ۷۱٪ و در وضعیت مطلوب ۴۳٪ از تغییرات ارتقاء سرمایه فرهنگی را تبیین و پیش‌بینی می‌کند. نتایج مشخص می‌کنند که بین «گردشگری» و حفظ و صیانت از میراث فرهنگی و ارتقاء سرمایه فرهنگی در ایران همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد و شاخص‌های این دو مولفه به درستی می‌توانند ارتقاء سرمایه فرهنگی در ایران را به ویژه در شرایط موجود پیش‌بینی کنند.

ربیعی و همکاران (۱۳۹۱) پژوهشی تحت عنوان «عوامل مؤثر بر گسترش جذب گردشگری فرهنگی شهر کرمانشاه» با هدف بررسی تاثیر عواملی همچون عوامل فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، تبلیغاتی، زیرساختی، مدیریتی و آموزشی بر گسترش جذب گردشگری فرهنگی شهر کرمانشاه به انجام رسانیده است. این تحقیق از نظر هدف از نوع تحقیقات توسعه‌ای و از نظر جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری در این تحقیق ۱۱۸ نفر از بین پرسنل اداره میراث فرهنگی و گردشگری، آژانس‌های مسافرتی، کارکنان موزه‌ها و مسافرتین تشکیل شده است. یافته‌های این



تحقیق نشان داده است که در حال حاضر سهم کرمانشاه از صنعت گردشگری فرهنگی چشمگیر نبوده و در این راستا عوامل سیاسی، تبلیغاتی، فرهنگی، بالاترین رتبه و عوامل اقتصادی پایین ترین رتبه را در جذب گردشگری فرهنگی به خود گرفته است.

استعلامی و همکاران (۱۳۹۱) پژوهشی تحت عنوان «شناخت توانمندی های گردشگری و ارائه الگوهای بهینه توسعه گردشگری از دیدگاه جغرافیای کاربردی (مطالعه موردی شهر ری)» با هدف بررسی و شناخت ظرفیت های توسعه ای گردشگری شهر ری با تاکید بر گردشگری اماکن تاریخی و مذهبی به نگارش در آورده است. روش تحقیق در این پژوهش از نظر هدف، کاربردی، و روش آن از نوع توصیفی- تحلیلی بوده است. همچنین جهت شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید از روش سوات استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق کارشناسان و ساکنین شهری و گردشگران وارد شده (در مجموع ۳۱۰ نفر) به شهر ری می باشند که از طریق نمونه گیری تصادفی ساده و با استفاده از پرسشنامه توزیع شده در بین آن ها مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج تحقیق نشان داده است که مهمترین موانع در رابطه با توسعه گردشگری شهر ری، عدم معرفی مناسب جاذبه های تاریخی-مذهبی و اطلاع رسانی صحیح، وجود کاربری های فرسوده و مزاحم در جهت توسعه کالبدی شهر وضعف مشهود در ارائه خدمات و تسهیلات گردشگری از قبیل اماکن اقامتی، رفاهی و... می باشد که تا کنون به طور صحیح به بهره بردای نرسیده است.

کیشی^۵ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «یک رویکرد استراتژیک برای توسعه پایدار گردشگری با استفاده از روش ترکیبی AWOT: مطالعه موردی زونگولداک، ترکیه» پرداخته و بیان می کند استراتژی های پیشنهادی برای حوزه تحقیق مربوط به متنوع سازی محصول و مدیریت رویدادها، تصویر مقصد، سیستم مدیریتی بازدیدکننده پایدار، استراتژی های تبلیغاتی و برند سازی، مشارکت ها و همکاری است. نتایج نشان می دهد که ساختار اقتصادی وابسته ممکن است با توسعه صنعت گردشگری شکسته شود و بنابراین برخی از ابتکارات استراتژیک برای دستیابی به گردشگری پایدار در استان موردنیاز است.

کلیمنکو و همکاران^۶ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «مدل سازی عوامل توسعه گردشگری محیط زیست در اقتصاد نوآوری روسیه» پرداختند که خوشه بندی مناطق روسیه در پنج گروه با خصوصیات اقتصادی-اجتماعی مشابه بر اساس تجزیه و تحلیل خوشه ای از نظر حجم خدمات پرداخت شده در بازار اکوتوریسم، درآمد واقعی جمعیت، درآمد سرانه جمعیت، فروش کالاها که در بخش صنعت و فعالیت خلاقانه سازمان ها اشاره کرد. از نتایج پژوهش می توان با در نظر گرفتن روندهای اجتماعی و اقتصادی در اقتصاد نوآوری، در تدوین اقدامات برای بهبود بهره وری بخش خدمات اقتصاد و گردشگری استفاده کرد.

سوفرانو^۷ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «توسعه صنعت مسافرت و جهانگردی در جهان» پرداخته و بیان می کند. صنعت مسافرتی و جهانگردی یکی از بزرگ ترین بخش های صنعتی جهان است که باعث رشد اقتصادی، افزایش اشتغال، توسعه اجتماعی را بهبود بخشیده و صلح را ترویج می دهد. میشر، روت و پرادهان^۸ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «فصلی در جهانگردی و پیش بینی ورود گردشگران خارجی به هند» پرداختند و نتایج نشان دهنده آن است که برای کاهش تأثیرات منفی درک شده فصلی در گردشگری ورودی هند و اطمینان از بازدیدهای توریستی خارجی در طول سال، محصولات بومی و محلی که به بهترین وجه مناسب برای شرایط اقلیمی و اجتماعی-فرهنگی-نهادی هندی است، باید در مقیاس وسیع معرفی و تبلیغ شوند.

روجلوئی، امینودین و آنوار^۹ (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان «چارچوب مفهومی توسعه گردشگری اثر درک شده، کیفیت زندگی و پشتیبانی از توسعه بیشتر گردشگری: موردی از برنامه تجربه اقامت مالزی (MHEP)» تحقیق را انجام داده و از مجموع ۳۸۵ پاسخ از جوامع محلی برای تأیید مدل اندازه گیری استفاده کرده اند ضمناً بیان نموده اند با استفاده از تئوری تبادل اجتماعی (SET)، این مطالعه چهار ویژگی تأثیر توسعه گردشگری را در برداشت: اقتصادی، اجتماعی، فرهنگ و محیط زیست پایدار و قابل اعتماد است. علاوه بر این، کیفیت زندگی و پشتیبانی از ساخت و ساز توسعه بیشتر گردشگری نیز تأیید شد.

چیر و لیو^{۱۰} (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «توسعه پایدار گردشگری: به سمت تاب آوری در گردشگری» پرداختند و بیان کردند که دانش آموزان جغرافیا در مقطع متوسطه، مطالعه جهانگردی امکان ادغام طیف گسترده ای از دانش و مفاهیم جغرافیایی و جغرافیای مختلف موجود در جغرافیای انسانی و طبیعی را فراهم می کند. برای بسیاری از دانش آموزان، مبادلات و سفرهای بین المللی و همچنین سفرهای شخصی، این فرصت را به شما

⁵ Kişi

⁶ Klimenko

⁷ Sofronov

⁸ Mishra Rout & Pradhan

⁹ Rojulai, Aminudin & Anuar

¹⁰ Cheer & Lew



می‌دهد تا از طریق تجربیات دنیای واقعی جغرافیای جهانگردی را تمرین کنید. در نتیجه، دانش‌آموزان به مطالعه گردشگری در جغرافیا خواهند پرداخت. مهم‌تر اینکه، یکی از اهداف اصلی بررسی گردشگری در مطالعه جغرافیا، توسعه چشم‌اندازهای حساس است که فراتر از تظاهرات سطحی از جهانگردی است همان‌طور که در هتل‌های لوکس، خطوط هوایی و محوطه‌های گردشگری تجسم‌یافته و به نمایش‌های ظریف‌تر و پیشرفته‌تر جغرافیا در محل کار از طریق گردشگری دیده می‌شود.

ال‌هوایش^{۱۱} (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «آیا توسعه گردشگری در طولانی‌مدت یک استراتژی رشد اقتصادی پایدار است؟ شواهد از کشورهای GCC» پرداخته و نتایج گریبجر یک‌طرفه حاکی از مسیر رشد اقتصادی تا رشد گردشگری است. علاوه بر این، کویت، عربستان سعودی، قطر و امارات متحده عربی، همان‌طور که فرض می‌شود، مسیر رشد گردشگری اقتصادی محور را دنبال می‌کنند. این فرضیه معکوس (به‌عنوان مثال فرضیه رشد به رهبری گردشگری) برای بحرین صادق است، در حالی که هیچ رابطه‌ای علی و معلولی بین گردشگری و رشد اقتصادی در مورد عمان وجود ندارد.

زمفیر و کوربوس^{۱۲} (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «به سمت توسعه پایدار گردشگری در مناطق شهری: مطالعه موردی در بخارست (پایتخت رومانی) به‌عنوان مقصد گردشگری» پرداختند و بیان می‌کنند امروزه شاید بیش از هر زمان دیگری، نیاز به مدیریت توسعه پایدار گردشگری وجود داشته باشد و این امر بدون در نظر گرفتن مشکلات زیست‌محیطی و بعد جهانی آن‌ها حاصل نمی‌شود. مشکلات و الزامات مختلف جامعه و توسعه مناطق شهری ممکن است با تبدیل شهرها به مقصد گردشگری جذاب حل شود؛ بنابراین، این مطالعه به بررسی چگونگی توسعه پایدار گردشگری در مناطق شهری می‌پردازد و اساساً می‌توان آن را مدیریت کرد. این پژوهش برخی از عوامل موفقیت در مدیریت توسعه پایدار گردشگری در مناطق شهری را فاش می‌کند و بر یک مطالعه موردی در مورد بخارست، پایتخت رومانی، به‌عنوان یک مقصد گردشگری تأکید می‌کند. اصالت و ارزش این مطالعه شامل شناسایی راه‌های اصلی توسعه گردشگری پایدار در بخارست بر اساس تحقیقات تجربی است که با کمک یک تحقیق انجام‌شده است. یافته‌های این مطالعه ممکن است برای تحقیقات آینده در زمینه مدیریت توسعه پایدار گردشگری شهری مفید باشد.

ترک فر و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی تحت عنوان شناسایی مشکلات توسعه گردشگری ورزشی (جمعیت مورد مطالعه شامل ۵۵ نفر از مدیران و کارشناسان ورزشی، مدیران و کارشناسان گردشگری) موانع فرهنگی و اجتماعی در اولویت اول و مدیریت در اولویت دوم موانع توسعه گردشگری در استان فارس قرار گرفته است.

اصلانی و همکاران (۲۰۱۲) در تجزیه و تحلیل موانع توسعه صنعت گردشگری در استان خوزستان با جامعه آماری ۱۲۰ نفر از کارشناسان تربیت‌بدنی و کارشناسان دفتر میراث فرهنگی و گردشگری به ترتیب موانع مدیریتی با وزن (۳۰۹۹)، موانع زیرساختی با وزن (۷۷، ۲)، موانع فرهنگی با وزن (۱۰۷۵) موانع بازاریابی با وزن (۱۰۴۹) را برشمرده‌اند.

کوزه چیان (۲۰۱۱) در تحقیق خود که بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ورزشی ایران بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری ایران پرداخته است مشکلات فرهنگی را مهم‌ترین مانع گردشگری ورزشی، مشکلات مدیریتی را به‌عنوان دومین و مشکلات زیرساختی را به‌عنوان سومین مشکلات گردشگری نام برده است.

سلیمان زاده (۲۰۱۰) در تحقیقی تحت عنوان نقش گردشگری در توسعه پایدار ایران یکی از مشکلات بخش گردشگری را مشکلات زیرساختی عنوان کرده است و به‌منظور حل این مشکل جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و ایجاد یک محیط کسب‌وکار رقابتی، تشویق‌های سرمایه‌گذاران، توسعه چارچوب قانونی مناسب و تقویت ظرفیت‌های دولتی را عنوان کرده است.

روش پژوهش

¹¹ Alhovaish

¹² Zamfir & Corbos



این تحقیق یک تحقیق توصیفی- تحلیلی محسوب می‌شود، هرچند این پژوهش بر اساس هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است، بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها و ماهیت داده‌ها از نوع کیفی است.

جهت جمع‌آوری اطلاعات ابتدا از طریق مصاحبه به روش دلفی- که فرایندی است ساختار یافته برای جمع‌آوری و طبقه‌بندی دانش موجود در نزد گروهی از کارشناسان و خبرگان می‌باشد- شناسایی عوامل اصلی صورت گرفت که طی آن مجمع خبرگان ۱۲ نفره تشکیل شد. بنابراین با روش دلفی عوامل اصلی شناسایی شدند. سپس با تکنیک SWOT به شناسایی نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات شهر اردبیل از نظر گردشگری پرداخته شد. بنابراین جامعه آماری پژوهش حاضر شامل متخصصین حوزه گردشگری است که تا زمان اشیاع نظری ادامه یافته است. روش تجزیه و تحلیل با استفاده از روش دلفی، مجمع خبرگان و تحلیل سوات (SWOT) می‌باشد.

یافته‌های تحقیق

مراحل اجرایی تدوین استراتژی توسعه گردشگری اردبیل

روش اجرایی تدوین استراتژی در بخش‌ها و مراحل مختلف به قرار زیر صورت پذیرفت:

شناخت

(۱) تحلیل وضعیت و شناسایی موانع توسعه گردشگری

(۲) رتبه‌بندی و اولویت‌بندی موانع

مرور قوانین گردشگری فرادست

در این قسمت با استفاده از کلیدواژه‌های مناسب به جستجوی گزارش‌ها و قوانین و تحلیل‌های انجام شده با هدف مورد بررسی قرار دادن قوانین فرادست جهت تدوین سند راهبردی پرداخته شده است.

بررسی و تحلیل اسناد بالادستی به منظور استخراج ارزش‌ها و اصول حاکم

نمونه‌های پژوهش در این مرحله اسناد بالادستی منتشر شده در خصوص ارزش‌ها و اصول حاکم بر تصمیم‌گیری‌ها می‌باشد. به ترتیب مراحل زیر جهت تحلیل محتوای متنی طی می‌شود:

جستجو و استخراج منابع مرتبط

در این مرحله پس از انتخاب کلیدواژه‌های مناسب و تدوین استراتژی جستجو در اسناد مرتبط با گردشگری و براساس معیارهای ورود و خروج مطالعات و اسناد مرتبط انتخاب شد. معیارهای ورود اسناد و برنامه‌ها، اسناد و برنامه‌هایی است که از سایت‌های رسمی و نهادهای رسمی ذیربط منتشر شده باشد.

- استخراج و کدگذاری اصول و ارزش‌ها

- تحلیل محتوای ارزشی در اسنادی که فاقد تأکید مستقل و شفاف ارزشی هستند.

- تبیین چارچوب اصول و ارزش‌های حاکم بر سیاست‌ها

اخذ نظرات صاحب‌نظران و مسئولان

نمونه‌های این فاز از پژوهش، مطلعین کلیدی^{۱۳} از جمله کارشناسان علمی و مدیران و سایر مدیران اجرایی در سطح دانشگاه و ستاد می‌باشد. برای دستیابی به نمونه‌های متنوع از نمونه‌گیری هدفمند که تجربه قابل توجهی در تصمیم‌گیری‌های داشتند، استفاده شد. از آنجایی که این پژوهش در سطح سیاست‌گذاری کلان صورت می‌گیرد بنابراین معیارهای انتخاب نمونه‌ها عبارتند از:

- سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران در حوزه‌های مرتبط

- صاحب‌نظران و مطلعین از برنامه‌های جاری

تحلیل وضعیت محیط بیرونی و درونی در حوزه گردشگری

از روش بحث‌های گروهی متمرکز، گروه‌های اسمی و نظر صاحب‌نظران استفاده شد. علاوه بر شناسایی مطالب از منابع و روش‌های مختلف (مرور اسناد)، در بحث‌های گروهی نیز به بررسی دیدگاه‌های مختلف (صاحب‌نظران و سیاست‌گذاران در حوزه اجرا) پرداخته شد.

¹³Key Informants

جهت گیری و تعیین دورنما و ارزش های استراتژیک

به منظور تعیین چشم انداز از روش مصاحبه و جلسات متمرکز گروهی (با صلاح دید استاد راهنما) استفاده شد.

تبیین و تدوین اهداف

در این مرحله طبق جدول مشخصی و در تعامل با دوایر مختلف با استفاده از روش دلفی و نشست های کیفی نسبت به جمع آوری اهداف و برنامه ها اقدام شد.

ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

نمبره نهایی	رتبه $4 \leq x \leq 1$	ضریب	عوامل اصلی داخلی	نقاط قوت (S)
۲۷	3	9	وجود مدیران، کارکنان و تورگردانان متعهد و دلسوز با علاقه و انگیزه	
۱۴	2	7	انجام بازیابی های گسترده	
۱۲	2	6	وجود فضای اقامتی مناسب	
۱۲	2	6	دسترسی به امکانات نظیر شبکه بانکیهای اطلاعاتی، سیستم های کامپیوتری، پارکها و پارکینگ ها و محل های مراجعات عمومی جمعیت گردشگر	
۱۸	3	6	مشورت گیری و مشارکت دادن افراد در تصمیم گیریهای مختلف	
۱۲	2	6	جذب اعضای جوان با انگیزه و متعهد و ترمیم نسبی ساختار توریسم	
۱۲	2	6	تربیت نیروی انسانی متعهد در حوزه خدمات گردشگری	
۳۲	4	8	شناسایی و معرفی پتانسیل های جذب گردشگر	
۱۸	3	6	تعامل موثر با تمامی ارگانهای کشوری و منطقه ای و جهانی توریسم	
۱۸	3	6	برگزاری جلسات هم اندیشی	
۱۸	3	6	اخلاق مداری کارکنان فضاهای پذیرایی و اقامتی	
۱۲	2	6	وجود مشارکت سازنده و تعامل بین جمعیت میزبان و میهمان	
۱۵	3	5	اهتمام گروه های راهنماها به تدوین برنامه راهبردی	
۱۸	3	6	تعامل کارکنان گادارات گردشگری با خدمات اضطراری برای خدمات رسانی به گردشگران	
۲۱	3	7	راه اندازی رشته های جدید مورد نیاز صنعت توریسم	
۱۲	2	6	پیاده سازی طرح های جامع هدایت گردشگران	
۳۲	4	8	برگزاری دوره های مقدماتی و عالی برای مدیران دفاتر مسافرتی	
۱۸	3	6	برگزاری کارگاه های آموزشی تخصصی	

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

جمع

۳۲۱

ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

نمبره نهایی	رتبه $4 \leq x \leq 1$	ضریب	عوامل اصلی داخلی	نقاط ضعف (T)
۱۲	2	6	عدم وجود برنامه مناسب جهت توسعه تورهای ورودی	
۱۴	2	7	عدم وجود راهنماهای توریست کافی مسلط به زبانهای روسی و عربی	
۱۰	2	5	عدم تناسب بین ساختار و نیروی انسانی با استاندارد های گردشگری دنیا	
۵	1	5	وجود محدودیت های ساختاری برای جذب تورگردانهای حرفه ای	
۵	1	5	نبود زیر ساختهای اولیه و ضروری از نظر فضای فیزیکی و امکانات رفاهی	
۸	1	8	عدم وجود تفکر و برنامه استراتژیک در مدیران عالی استان	
۶	1	6	عدم وجود زیرساخت های لازم به لحاظ منابع انسانی، ساختاری و بودجه ای در گردشگری	
۶	1	6	دوباره کاری و نوعا فرسایشی شدن فرایند تصویب طرح های سرمایه گذاری در صنعت توریسم	
۶	1	6	عدم اعتماد به نسل جوان و عدم استفاده از پتانسیل موجود در این نسل در کنار تجربه ارزشمند نسل گذشته و قدیمی در پست های اجرایی و تصمیم گیری مرتبط	
۵	1	5	عدم وجود برنامه های مدون برای ایجاد انگیزهای لازم برای تحرک دادن به انجام تحقیقات گردشگری کاربردی توسط اعضا هیئت علمی دانشگاه های استان	
۶	1	6	عدم وجود فرهنگ کار تیمی	
۸۳			جمع	



۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کوتاهترین سخن کاربردی، بلندترین سیمت منتقدان

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir



ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

نمره نهایی	رتبه $4 \leq X \leq 1$	ضریب	عوامل اصلی خارجی	فرصت ها (ه)
۱۸	3	6	فعالیت در صنعت توریسم به سمت تبدیل شدن به قطب منطقه ای در ۱۳ نوع گردشگری با استانداردهای مشخص ملی و بین المللی	
۲۴	3	8	تامین نیازهای تخصصی جمعیت میزبان و جمعیت گردشگر	
۱۶	2	8	ارتباط بیشتر با صنعت و مراکز تحقیقاتی توریسم در دنیا	
۱۲	2	6	فعالیت های بین بخشی	
۱۲	2	6	گسترش مقاطع تحصیلات تکمیلی و توسعه رشته های درآمد زا	
۱۲	2	6	قابلیت تبدیل به قطب توریسم مذهبی، اکوتوریسم و توریسم تاریخی و درمانی	
۶	1	6	پذیرش دانشجو به صورت بین المللی در برنامه ریزی توریسم	
۱۸	2	9	امکان جذب گردشگران حوزه قفقاز	
۷	1	7	تبدیل شدن به قطب جهانی آبدرمانی ها با ۱۳۰ چشمه معدنی	
۳۶	4	9	تربیت نیروی فعال آشنا با زبان های رایج در قفقاز و عراق و ترکیه	
۱۶۱			جمع	

ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

نمره نهایی	رتبه $4 \leq X \leq 1$	ضریب	عوامل اصلی خارجی	تهدیدها (ث)
۳	1	3	گسست از مجموعه بالاسری به سبب عدم حمایت مرکزی	
۳	1	3	عدم تامین منابع مالی مورد نظر	
۳	1	3	مهاجرت افراد باتجربه از مجموعه و عدم جایگزینی مناسب	
۱۰	2	5	عدم وجود پذیرش نیروی انسانی با استعداد و توانمند	
۶	2	3	فقدان شادابی و نشاط در بین فعالان دفاتر خدماتی مسافرتی به سبب کاهش درآمد	
۴	1	4	دو شغله بودن فعالان صنعت توریسم	
۶	2	3	رویکرد قبيله ای در جامعه میزبان	
۲	1	2	عدم وجود امکانات و خدمات رفاهی مناسب	
۲	1	2	عدم اختیار لازم در تصمیم گیری ها در مسئولین استانی	
۱۵	3	5	فقدان توجه کافی به موضوع توسعه توریسم خارجی و عدم باور مسئولین از تاثیرات فراگیر آن در اشتغال و رونق اقتصادی و تولید	
۱۸	3	6	نبود دید بلند مدت در مسئولین برای تربیت نیرو و کادر سازی متناسب با شرایط های مختلف	
۴	2	2	بروکراسی بیش از حد اداری در جذب سرمایه های بخش خصوصی	

۱۰



۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کوتاهترین سخن کاربردی، بلندترین مدیریت مستقر اردبیل

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir



۲	2	1	عدم تخصیص بودجه بر اساس برنامه پیشنهادی برای توسعه زیرساخت ها
۱۲	3	4	عدم توجه به مباحث توسعه ای در اداره کل گردشگری
۸	2	4	توجیه نبودن سازمان های نظارتی و آزار و اذیت فعالان عرصه توربسم در ادارات
۴	2	2	طولانی بودن برخی از فرایندهای کاری
۸	2	4	کافی نبودن جذب نیروی انسانی متخصص
۹	3	3	کافی نبودن بودجه مصوب برای اجرای برنامه های تبلیغی و رسانه ای
۱۱۹			جمع

موقعیت استراتژیک صنعت گردشگری اردبیل

نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی

۴.۰

محافظة کارانه	تهاجمی
	رقابتي
تدافعي	

نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه علمی کاربردی تهران مدیریت مستقر اردبیل

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir

اهداف عملیاتی و فعالیت های کلیدی

G1: بهبود و بازمهندسی فرایندهای کلیدی اول

اهداف عملیاتی	فعالیت های کلیدی
G1O1: شناسایی و حمایت از فعالیت نوآورانه در سال	شناسایی و حمایت روش های جذب نوآورانه گردشگران، ۲ مورد نو آوری در روش های ارزیابی دفاتر خدمات مسافرتی ۲ مورد حمایت از فرایندهای نوآورانه در خدمات حمل و نقل ۲ مورد
G1O2: گسترش تبلیغات مجازی و محتوای مربوطه فاخر به میزان ۱۰٪	تولید محتوای تبلیغات الکترونیک ۱۰٪ هر پتانسیل افزایش مخاطب محتواهای تبلیغات گردشگری، ۲۰٪ سالیانه
G1O3: ارتقا و اصلاح ۲۰٪ از کل فضاهای اقامتی استان در هر سال	نیاز سنجی فضاهای اقامتی - سالانه بازنگری نقشه فضاهای گردشگری در حدود ۲۰٪
G1O4: جذب ۲ نفر از نخبگان صنعت تورگردانی دنیا و بکارگیری در استان	تدوین دستورالعمل جذب نخبگان تورگردانی شناسایی و جذب نخبگان تورگردان در دنیا
G1O5: گسترش رشته های تخصصی با رویکرد توریسم و تورگردانی و خدمات گردشگری	راه اندازی رشته جدید متناسب با ماموریت های سازمانی و توریسم گسترش تحصیلات تکمیلی در رشته های موجود متناسب با خدمات گردشگری



۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir



G2: بهبود و بازمهندسی فرایندهای کلیدی دوم

اهداف عملیاتی	فعالیت های کلیدی
G2O1: بازنگری و اصلاح فرایندهای کلیدی به میزان ۱۰ درصد سالیانه در راستای ارتقا کیفیت و مدیریت فرایندها	تهیه فهرست فرایندهای کلیدی در ادارات و سازمان های ذیربط و هتل ها و رستوران ها و موزه ها و آبدرمانی های استان تعیین نقاط ضعف و قوت فرایندهای مربوط به تصویب و اجرای طرح های سرمایه گذاری در توریسم اصلاح زمان فرایندهای کلیدی
G2O2: توانمند سازی تخصصی برای تمام افراد مرتبط با صنعت توریسم به میزان ۱۰ درصد سال قبل	تعیین نیازهای تخصصی مرتبط با فرایندهای گردشگری برگزاری کارگاه های و دوره های آموزشی کوتاه مدت کاربردی
G2O3: افزایش طرح های مختلف در راستای مأموریت سازمانی اداره کل گردشگری به میزان ۱۰ درصد	نسبت طرح های تحقیقاتی مأموریت محور گردشگری به کل طرح های تحقیقاتی استان
G2O4- توسعه منابع مالی متعدد و پایدار برای انجام مأموریت های توسعه زیرساخت ها و غیره	افزایش درآمد سالیانه ناشی از فعالیت های توریسم به میزان ۱۰٪ ایجاد منابع درآمدی جدید در استان به میزان ۱۰٪ منابع سالیانه جذب ۱۰۰٪ منابع در راستای ایجاد مأموریت های محوله



۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی




کمیته تخصصی مدیریت خدمات بهداشتی

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir



اهداف عملیاتی	فعالیت های کلیدی
G3O1: افزایش رضایتمندی گیرندگان خدمت در استان اردبیل و رده های گردشگری و فضاهای پذیرایی و اقامتی به صورت سالیانه ۳-۵ درصد	شناسایی خدمات موثر در ارتقاء صنعت توریسم توسط برای گروه های هدف اطلاع رسانی و معرفی خدمات قابل ارائه با بهره گیری از روش های نوین ارزیابی و پایش مستمر رضایت مندی با استفاده از پرسشنامه های استاندارد
G3O2: ارائه خدمات مشاوره تخصصی تورگردانی مورد نیاز گیرندگان خدمت حداقل ۵٪ در سال	ارائه مشاوره تخصصی در زمینه های مربوطه، ایمنی و ارگونومی و خدمات مناسب حمل و نقل و ترانسفر به گیرندگان خدمت
G3O3: ارائه ۴ خدمت ارتقاء دهنده خدمات گردشگری در سال متناسب با نیازهای گیرندگان خدمت	اجرا و استقرار طرح جامع مدیریت پسماند و فاضلاب ناشی از صنعت توریسم ارائه برنامه غذایی رستوران های سنتی به صورت عملیاتی به گیرندگان خدمت ارائه برنامه عملیاتی افزایش فعالیت های خدمات در اقامتگاه ها و مسیرهای سلامت و بیمارستانهای پذیرش کننده توریست به گیرندگان خدمت سنجش وضعیت ایمنی و ارگونومی و انجام مداخلات ارتقاء دهنده در هتل ها
G3O4: افزایش آگاهی و نگرش در خصوص اصلاح فرهنگ جامعه میزبان به تناسب نیاز گیرندگان خدمت به میزان ۵٪ سالیانه	شناسایی وضعیت موجود سبک زندگی در گیرندگان خدمت با استفاده از پرسشنامه استاندارد ارائه خدمات مورد نیاز برای اصلاح سبک زندگی جمعیت میزبان بر اساس اولویت
G3O5: نهادینه سازی سبک زندگی توریست پذیر به میزان ۵٪ سالیانه از طریق حمایت های سازمانی بهره گیری از ظرفیت های خانواده و والدین در جهت نهادینه سازی سبک زندگی توریست پذیر	نهادینه سازی سبک زندگی توریست پذیر به میزان ۵٪ سالیانه از طریق حمایت های سازمانی بهره گیری از ظرفیت های خانواده و والدین در جهت نهادینه سازی سبک زندگی توریست پذیر

G3: بهبود کیفیت ارائه خدمات توریسم با رویکرد توسعه گردشگری اردبیل

G4: توسعه و هدایت تحقیقات کاربردی ماموریت محور برای توسعه گردشگری اردبیل



۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

کلاس ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰

MCI-conf.ir

اهداف عملیاتی	فعالیت های کلیدی
G4O1: طراحی و تدوین نقشه راه پژوهشی دانشگاه های استان با هدف فعالیت کاربردی در صنعت توریسم مبتنی بر نیازها	تعیین نیازهای پژوهشی صنعت توریسم تشکیل کارگروه طراحی راه نقشه راه برای فعالیت های مرتبط تشکیل جلسات تخصصی با حضور اعضا کارگروه جهت تدوین نقشه راه متناسب با نیازهای احصا شده
G4O2: هدایت و راهبری فعالیت های تحقیقاتی و پایان نامه های دکتری دانشگاه و مراکز در راستای پاسخگویی به نیازها و ماموریت های حوزه توریسم ه میزان ۱۰ درصد سالیانه	نیازسنجی پژوهشی حوزه تورگردانی تدوین اولویت های پژوهشی حوزه تورگردانی و تورهای ورودی و خدمات جامعه میزبان

نتیجه گیری و پیشنهادات

امروزه گردشگری، یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی، اجتماعی و رفاهی شهر و شهرنشینان است و به همین دلیل مسئولان امور گردشگری در پی ارتقا و گسترش آن بر آمده اند، لیکن این ارتقا و گسترش خود مستلزم ایجاد شرایط ویژه ساختاری، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است. رشد روز افزون و شتابنده گردشگری موجب شده است بسیاری از صاحب نظران قرن ۲۰ را قرن گردشگری بنامند. این صنعت بر حوزه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی همانند مبادلات خارجی، درآمدها، اشتغال، قیمت ها، توزیع درآمدها، مهاجرت، تقسیم کار، آداب و رسوم و هنرها موثر است.

اردبیل دارای قابلیت های متعدد گردشگری در زمینه های مختلف از جمله منابع طبیعی، تاریخی، میراث فرهنگی و همچنین از آب و هوای بسیار خنک در فصل گرم تابستان برخوردار است. استان اردبیل با عنوان سرزمین سرچشمه های بهشتی سالانه در حدود ۴ تا ۵ میلیون گردشگر را از سراسر ایران و حتی خارج از کشور جذب می کند. اردبیل به عنوان پایتخت و خاستگاه امپراتوری صفوی، نشانه های تاریخی و فعالیت های انسانی در دوره های پیش از تاریخ، پیش و پس از اسلام، از جاذبه های و پتانسیل های طبیعی توده سبلان با ۱۱۰ چشمه آب معدنی، جنگل های طبیعی، ییلاق های تابستانی، برکه ها و دریاچه های طبیعی ۳۰ گانه از جمله شورابیل و نئور، رودخانه ها، کوه سبلان، زمستان برفی و دیدنی و جاذبه های فرهنگی و اجتماعی ایلات و عشایر و جوامع روستایی برخوردار است.

نتایج تحقیق حاکی از آن است که عواملی همچون

- برگزاری دوره های مقدماتی و عالی برای مدیران دفاتر مسافرتی
- شناسایی و معرفی پتانسیل های جذب گردشگر
- وجود مدیران، کارکنان و تورگردانان متعهد و دلسوز با علاقه و انگیزه
- راه اندازی رشته های جدید مورد نیاز صنعت توریسم
- بالاترین ضریب نقاط قوت را به خود اختصاص داده است.
- عواملی که بالاترین ضریب نقاط ضعف را به خود اختصاص داده است عبارتند از:
- عدم وجود راهنماهای توریست کافی مسلط به زبانهای روسی و عربی
- عدم وجود برنامه مناسب جهت توسعه تورهای ورودی
- عدم تناسب بین ساختار و نیروی انسانی با استاندارد های گردشگری دنیا
- عدم وجود تفکر و برنامه استراتژیک در مدیران عالی استان
- عواملی که بالاترین ضریب فرصت ها را به خود اختصاص داده است عبارتند از:

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کوتاهترین سخن‌گویی، بلندترین دست‌افراش

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir

- تربیت نیروی فعال آشنا با زبان های رایج در قفقاز و عراق و ترکیه
 - تامین نیازهای تخصصی جمعیت میزبان و جمعیت گردشگر
 - فعالیت در صنعت توریسم به سمت تبدیل شدن به قطب منطقه ای در ۱۳ نوع گردشگری با استانداردهای مشخص ملی و بین المللی
 - امکان جذب گردشگران حوزه قفقاز
 - عواملی که بالاترین ضریب تهدیدها را به خود اختصاص داده است عبارتند از:
 - نبود دید بلند مدت در مسئولین برای تربیت نیرو و کادر سازی متناسب با شرایط های مختلف
 - فقدان توجه کافی به موضوع توسعه توریسم خارجی و عدم باور مسئولین از تاثیرات فراگیر آن در اشتغال و رونق اقتصادی و تولید
 - عدم توجه به مباحث توسعه ای در اداره کل گردشگری
 - عدم وجود پذیرش نیروی انسانی با استعداد و توانمند.
 - با توجه به نتایج تحقیق راهکارهای پیشنهادی پژوهش حاضر عبارتند از:
 - شناسایی و حمایت از فعالیت نوآورانه در سال
 - گسترش تبلیغات مجازی و محتوای مربوطه فاخر
 - ارتقا و اصلاح فضاهای اقامتی استان
 - جذب نخبگان صنعت تورگردانی دنیا و بکارگیری در استان
 - گسترش رشته های تخصصی با رویکرد توریسم و تورگردانی و خدمات گردشگری
 - توانمند سازی تخصصی برای تمام افراد مرتبط با صنعت توریسم ب
 - افزایش طرح های مختلف در راستای ماموریت سازمانی اداره کل گردشگری
 - توسعه منابع مالی متعدد و پایدار برای انجام ماموریت های توسعه زیرساخت ها و غیره
 - افزایش رضایتمندی گیرندگان خدمت در استان اردبیل و رده های گردشگری و فضاهای پذیرایی و اقامتی
 - ارائه خدمات مشاوره تخصصی تورگردانی مورد نیاز گیرندگان خدمت
 - افزایش آگاهی و نگرش در خصوص اصلاح فرهنگ جامعه میزبان به تناسب نیاز گیرندگان خدمت ب
 - نهادینه سازی سبک زندگی توریست پذیر
 - طراحی و تدوین نقشه راه پژوهشی دانشگاه های استان با هدف فعالیت کاربردی در صنعت توریسم مبتنی بر نیاز ها
 - هدایت و راهبری فعالیت های تحقیقاتی و پایان نامه های دکتری دانشگاه و مراکز در راستای پاسخگویی به نیازها و ماموریت های حوزه توریسم
- منابع

۱. استلاجی، علیرضا و مهناز الله قلی نژاد (۱۳۹۰)، برنامه ریزی توسعه پایدار با تاکید بر گردشگری، مجله جغرافیا، سال ۹، شماره ۳۰
۲. امینی، محمد تقی ؛ پرهیزگار، محمد مهدی ؛ ابوالحسنی، اصغر(۱۳۹۹)، طراحی مدل رفتاری توسعه‌ی صنعت گردشگری ایران با محوریت جذب گردشگران خارجی، برنامه ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۳۳، صفحه ۷ تا ۲۲
۳. ربیعی، علی؛ نوبخت حقیقی، محمد باقر(۱۳۹۱)، عوامل موثر بر گسترش جذب گردشگری فرهنگی شهر کرمانشاه، مدیریت فرهنگی، شماره ۱۸
۴. رنجبر، محمدحسین ؛ خداوردیان، انسبه ؛ باقری، مهدی(۱۳۹۵)، تجزیه و تحلیل راهبردها و ارائه راهکارهای توسعه گردشگری شهر همدان با استفاده از مدل SWOT، مجله : جغرافیا و برنامه ریزی منطقه ای، سال ششم، شماره ۲
۵. رضوانی، علی اصغر(۱۳۸۶)، جغرافیا و صنعت توریسم، تهران، دانشگاه پیام نور
۶. زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۵). مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار، تهران: دانشگاه علامه.

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

۷. زینل محاسبتی، سمیرا، (۱۳۸۹)، بررسی راهبردی قابلیت های گردشگری منطقه توس مشهد و ارائه راهکارهای بهره وری آن، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی
۸. سپهرنیا، رزینا(۱۳۹۴)، نگرش خلاق به صنعت گردشگری در ارتقاء سرمایه فرهنگی در ایران، فصلنامه علمی، پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره چهارم، شماره ۴
۹. سجادی، پرینسا(۱۳۹۵)، بررسی راهکارهای توسعه گردشگری در منطقه آزاد اروند، مجله: نگرش های نو در جغرافیای انسانی، شماره ۳۲
۱۰. صباحی، یاسر؛ مرصوصی، نفیسه(۱۳۹۹)، تحلیل نقش موانع انسانی در توسعه گردشگری پایدار شهر کرمان، فصلنامه علمی- پژوهشی برنامه ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۹، شماره ۳۵، صفحه ۱۶۲-۱۸۶
۱۱. ضیایی، محمود و محمود حسینی، (۱۳۹۲)، تدوین حوزه های راهبردی توسعه مقاصد گردشگری با استفاده از تطبیق تئوریک و کاربردی مدل های چرخه ی حیات مقصد و شاخص رنجش داکسی، (مورد شناسی: محله فرحزاد و محمدآباد، کوره گز و...)، مجله جغرافیا و آمایش شهری منطقه ای، شماره ۴
۱۲. عباسی، خدیجه، (۱۳۹۲)، نقش مسیر پیاده گردشگری در باززنده سازی قطب تاریخی شهرری، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی
۱۳. طاهری، احمد(۱۳۹۲)، تحلیل نگرش اجتماع محلی نسبت به گردشگری، مطالعه موردی: محور تاریخی گردشگری میدان نقش جهان شهر اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان
۱۴. ویسی، هادی (۱۳۹۶)، بررسی سیاست گذاری صنعت گردشگری در قوانین بالادستی جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست گذاری عمومی، دوره ۷، شماره ۲۵، صص ۹۵-۱۱۲.
۱۵. ویسی، هادی و خدیجه مهماندوست(۱۳۹۴)، بررسی موانع توسعه صنعت گردشگری بین المللی ایران با تأکید بر گردشگری ورودی. فصلنامه ژئوپلیتی. ک سال ۱۱. شماره ۱. صص ۱۳۵ - ۱.

16. Alhovaish, A. (2016). Is tourism development a sustainable economic growth strategy in the long run? Evidence from GCC countries. *Sustainability*, 8(7), 605.
17. Cheer, J. M. & Lew, A. A. (2017). Sustainable tourism development: Towards resilience in tourism. *Interaction*, 45(1), 10.
18. Kişi, N. (2019). A Strategic Approach to Sustainable Tourism Development Using the A'WOT Hybrid Method: A Case Study of Zonguldak, Turkey. *Sustainability*, 11(4), 964.
19. Klimenko, T. I., Shinkevich, A. I., Kudryavtseva, S. S., Shinkevich, M. V., Barsegyan, N. V., Farrakhova, A. A., & Ishmuradova, I. I. (2018). Modeling Factors of Environmental Tourism Development in Innovation Economy. *Ekoloji Dergisi*, (106).
20. Mishra, P. K., Rout, H. B., & Pradhan, B. B. (2018). Seasonality in Tourism and Forecasting Foreign Tourist Arrivals in India. *Iranian Journal of Management Studies*, 11(4), 629-658.
21. Rojulai, N., Aminudin, N., & Anuar, N. A. M. (2018). A Conceptual Framework of Tourism Development Perceived Impact, Quality of Life and Support for Tourism Further Development: A Case of Malaysia Homestay Experience Programme (MHEP). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(16), 339-355.
22. Sofronov, B. (2018). THE DEVELOPMENT OF THE TRAVEL AND TOURISM INDUSTRY IN THE WORLD. *Annals of Spiru Haret University. Economic Series*, 18(4), 123-137.
23. Suleiman, Jafar Subhi Hardan & Mohamed, Badaruddin, (2011), Factors Impact on Religious Tourism Market: The Case of the Palestinian Territories, *International Journal of Business and Management Vol. 6, No 7*.
24. UNWTO, (2007), *Tourism Highlights 2007 Edition*, Available in "www.unwto.com".
25. Zamfir, A., & Corbos, R. A. (2015). Towards sustainable tourism development in urban areas: Case study on Bucharest as tourist destination. *Sustainability*, 7(9), 12709-12722.



۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

موسسه عالی مدیریت و حسابداری

پالاش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCI-conf.ir

