

تحلیل مشکلات فرایند نظام جامع آموزش گردشگری ایران با تأکید بر رویکرد کارآفرینی

راضیه ربانی^۱، سیدمجتبی محمودزاده^{۲*}، اسماعیل قادری^۳، فاطمه یاوری گهر^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۱۹

چکیده

فرایند نظام آموزش گردشگری در ایران جهت تحقق اهداف خود نیازمند دیدگاه‌های نظری و مدیریتی جدید با رویکرد کارآفرینی است تا امکان ایجاد تغییراتی در شرایط موجود را ایجاد کند. بر این مبنای هدف از پژوهش حاضر، تحلیل مشکلات فرایند این نظام در زمینه کارآفرینی از دیدگاه بازیگران این حوزه است. پژوهش حاضر به لحاظ هدف، اکتشافی - تبیینی و از نظر روش، آمیخته (کیفی-کمی)، مبتنی بر مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۷۷ نفر از کارشناسان سازمان‌های سیستم عرضه و تقاضای آموزش گردشگری ایران می‌باشد که به صورت نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی انتخاب شدند. داده‌های گردآوری شده با استفاده از روش تحلیل شبکه اجتماعی از طریق نرم‌افزار گفی و شاخص‌های مرکزیت درجه، مرکزیت درجه ورودی و وزن‌دار و مرکزیت درجه خروجی وزن‌دار تحلیل شدند. نتایج پژوهش نشان داد که بیشترین مرکزیت درجه که متناظر با مهم‌ترین بازیگر شبکه است، وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و سپس دانشگاه‌های دولتی فعال در حوزه گردشگری می‌باشد. این نتیجه پس از اعمال برچسب‌های مشکلات دارای تفاوت‌های معنادار بیشتری شده است. تحلیل مشکلات وضع موجود به کارشناسان این حوزه این امکان را می‌دهد تا با دانش لازم به تعریف اهداف آتی این فرایند بپردازند و زمینه را برای توسعه همه‌جانبه، یکپارچه و متعادل این بخش فراهم نمایند.

واژه‌های کلیدی: آموزش کارآفرینی، آموزش گردشگری، کارآفرینی گردشگری، نظام آموزشی.

طبقه‌بندی JEL: J29, J21, J24

^۱. دانشجوی دکتری گردشگری، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

^۲. استادیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

(Sm.mahmoudzadeh@atu.ac.ir)

^۳. دانشیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

^۴. دانشیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری مهم‌ترین منبع درآمد، اشتغال و ثروت در بسیاری از کشورها محسوب می‌گردد (اشمل رابرتسون^۱، ۲۰۱۸: ۶۰۶). این صنعت به‌منظور پاسخگویی به نیازهای متنوع بازار و ارائه نقش مطلوب خود در زمینه ایجاد اشتغال و درآمد، مستلزم پیوند با کارآفرینی و نوآوری می‌باشد (دیل^۲، ۲۰۱۶). در این راستا و با توجه به اهمیت کارآفرینی در بخش گردشگری در دهه‌های اخیر و نقش آموزش کارآفرینی در ایجاد کسب و کارهای کوچک و تولید ثروت، با آموزش کارآفرینان صنعت گردشگری، می‌توان به سمت توسعه پایدار حرکت کرد (کنیا^۳ و همکاران، ۲۰۲۰). در این میان، ایران علی‌رغم بهره‌گیری از منابع و جاذبه‌های گردشگری سرشار، با میزان ۲/۵ میلیارد دلار دریافتی در سال ۲۰۲۱ (شورای جهانی سفر و گردشگری^۴، ۲۰۲۲) در زمینه کسب درآمد گردشگری از جایگاه مطلوبی برخوردار نیست. از طرفی، تصویر ارائه شده برای ایران در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، جایگاه نخست اقتصادی در منطقه، میزبانی ۲۰ میلیون گردشگر خارجی و اشتغال‌زایی حدود ۶/۵ میلیون نفری در این بخش می‌باشد. بر این اساس مهم‌ترین سؤال این است که آیا سیستم آموزشی موجود صنعت گردشگری ایران، توانمندی لازم جهت دستیابی به اهداف فوق را دارد یا نیازمند به تربیت نسل جدیدی از سرمایه‌های انسانی برای بهره‌برداری اثربخش از فرصت‌های جدید و کارآفرینانه صنعت گردشگری ایران همگام با بازارهای جدید گردشگری بین‌المللی است؟

در این راستا، فقدان نیروی انسانی آموزش‌دیده و کارآمد به‌عنوان یکی از عوامل احتمالی عدم موفقیت ایران در کسب جایگاه مطلوب در زمینه گردشگری محسوب می‌شود (ضیائی و همکاران، ۱۳۹۱). ارائه آموزش اثربخش، نیازمند تفکر، رویکرد، الگوها و ابزارها به شیوه نوین می‌باشد (عباس‌زادگان و ترک‌زاده، ۱۳۸۳: ۱۷). در این میان، نقش و عملکرد نظام آموزش و مؤسسات آموزشی که به آموزش و تربیت نیروی انسانی می‌پردازند، برجسته می‌گردد (لمبرت و رنی^۵، ۲۰۲۱). با این وجود، آنچه موجب توجه به آموزش گردشگری در ایران گردیده، قرار گرفتن کشور در فهرست کشورهای درحال توسعه است، زیرا این کشورها در برابر کشورهای توسعه‌یافته دارای فرصت‌های کارآفرینی بالاتری می‌باشند (واربلین و متس^۶، ۲۰۱۰). این در حالی است که بر اساس آمار دیده‌بان جهانی کارآفرینی^۷ (۲۰۲۰، ۲۰۲۱، ۲۰۲۲)، ایران در سال ۲۰۱۹ امتیاز ۲/۹۸ و ۳/۲۶، در سال ۲۰۲۰ امتیاز ۲/۴ و ۳/۹، در سال ۲۰۲۱ امتیاز ۰/۹ و ۲/۹ شاخص جهانی را از لحاظ آموزش کارآفرینی در مدرسه و پس از مدرسه به خود اختصاص داده است. عدم آینده‌نگاری جهت تخمین روندهای آتی صنعت گردشگری و تربیت نیروی انسانی توانمند جهت بهره‌برداری از فرصت‌ها؛ عدم رویکرد کارآفرینانه به بازار و صنعت گردشگری جهت طراحی محصولات و خدمات نوآورانه در راستای حرکت به سمت توسعه پایدار کارآفرینی گردشگری و عدم توجه به بازارهای خاص و جذاب گردشگری نیز بر مشکلات نظام آموزشی، افزوده است. از آنجا که برنامه‌های آموزشی گردشگری که توسط مسئولان بخش‌های خصوصی و دولتی انجام می‌شود فاقد الگو است،

¹. Ishmael-Robertson

². Deale

³. Cunha

⁴. World Travel and Tourism Council

⁵. Lambert & Rennie

⁶. Varblane & Mets

⁷. Global Entrepreneurship Monitor

اغلب با نیازهای واقعی و قابل پیش‌بینی همخوانی نخواهد داشت (فایوس سولا، ۲۰۱۲: ۸). بنابراین سیاست‌ها و برنامه‌ریزی فرایندهای نظام‌های آموزشی باید مبتنی بر رویکردهای کارآفرینانه و خلق ارزش سازماندهی گردد و به طریقی عمل نمایند که قابلیت‌های افراد را به فراخور نیاز سیستم و جامعه ارتقا بخشند. در راستای دستیابی به این امر، باید یک زبان مشترک میان سیستم‌های آموزشی و کسب‌وکار ایجاد شود که مقدمه برقراری ارتباطات مشترک در جهت حل مسائل مشترک را فراهم نماید. این زبان مشترک به تبادل اطلاعات، داده‌ها و منابع در راستای پاسخ به مشکلات میان آنها کمک شایانی می‌کند. بنابراین، با توجه به اهمیت جایگاه آموزش کارآفرینانه در صنعت گردشگری، به دنبال پاسخ این پرسش هستیم که فرایند نظام جامع آموزش گردشگری کشور با چه مشکلاتی مواجه است که منجر شده نتواند نیازها و انتظارات بازیگران مختلف بخش عرضه و تقاضای آموزش این صنعت را تأمین کند. برای دستیابی به مشکلات موجود در این حوزه ابتدا ذینفعان درگیر در دو دسته سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات گردشگری و سازمان‌های دریافت‌کننده خدمات گردشگری تقسیم شده و مطابق با تعداد، مصاحبه و تکمیل پرسشنامه جهت گردآوری مشکلات هر دسته انجام پذیرفته است. در ادامه مشکلات گردآوری شده وارد نرم‌افزار گفی شده و بنابر شاخص‌های تحلیل شبکه اجتماعی مورد تحلیل قرار گرفته است.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

طبق نظریه سرمایه انسانی که برای اولین بار توسط شولتز^۱ (۱۹۷۹)، برنده جایزه نوبل ارائه شد، آموزش، کلید توسعه سرمایه انسانی است و عملکرد اصلی آن تقویت توانایی افراد در کنار آمدن با عدم اطمینان و کمک به حل مشکلات است (لین^۲، ۲۰۰۵). از دیدگاه این نظریه، هدف آموزش گردشگری، افزایش توانایی مردم در برخورد با عدم اطمینان در صنعت گردشگری و مدیریت تغییرات آینده در بازار کار گردشگری در سطح جهانی است (لادکین^۳، ۲۰۰۵). طبق شارما^۴ و همکاران (۲۰۲۰) آموزش گردشگری برای آماده‌سازی منابع انسانی در تجارت/صنایع گردشگری، توسعه یافته است. در این میان در نظر گرفتن فرایند آموزش گردشگری (فعالیت‌هایی که پیرامون تأمین نیروی انسانی مورد نیاز گردشگری در قالب فرایند حرفه‌پذیری انجام می‌گیرد) اولویت بسیاری دارد و نتایج آن باید پاسخگوی نیازها و انتظارات فعالیت‌های گردشگری و توسعه آن باشد (جونز^۵ و همکاران، ۲۰۱۳). از آنجا که تعدادی از ذینفعان در گردشگری وجود دارد، این صنعت خواستار فارغ‌التحصیلان با بینش علمی و کارآفرینانه بیشتر برای حل مشکلات مدیریت گردشگری در جامعه شده است (جودیچی^۶ و همکاران، ۲۰۲۰).

در این راستا درحالی‌که توجه به کارآفرینی به‌عنوان یک موضوع جدید در صنعت گردشگری در حال افزایش است، ادبیات مربوطه هنوز محدود است (اولسز^۷ و همکاران، ۲۰۱۴). کارآفرینی گردشگری را می‌توان به‌عنوان

¹. Schultz

². Lin

³. Ladkin

⁴. Sharma

⁵. Jones

⁶. Giudici

⁷. Alsos

کاربرد حرفه‌ای از دانش، مهارت‌ها و شایستگی‌ها و یا کسب درآمد از یک ایده جدید مربوط به گردشگری توسط یک فرد یا مجموعه‌ای از افراد با راه‌اندازی یک شرکت جدید یا ایجاد تنوع در یک چیز موجود تعریف کرد، بنابراین، علی‌رغم جستجوی رشد، به دنبال تولید ثروت، اشتغال و کالاهای اجتماعی است (شینا^۱، ۲۰۲۰). ایده تزریق کارآفرینی به آموزش، اشتیاق زیادی را در چند دهه گذشته برانگیخته است. تأثیرات فراوانی نظیر رشد اقتصادی، ایجاد شغل و افزایش تاب‌آوری در جامعه، رشد فردی، افزایش تعامل مدارس و بهبود برابری بیان شده که از این امر ناشی می‌شود (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۲، ۲۰۱۵). این تصور وجود دارد که سیستم‌های آموزشی باید یادگیرندگان دارای مهارت و صلاحیت را برای غلبه بر یک فضای دائماً در حال تغییر، توانمند سازند (هرودوتو^۳ و همکاران، ۲۰۱۹). بر این مبنای عناوین مختلف نظیر کارآفرینی، مدیریت مشاغل کوچک، رشد کارآفرینی، ایجاد سرمایه‌گذاری‌های جدید، توسعه شرکت، بسیاری از برنامه‌های کارشناسی و کارشناسی‌ارشد در مدیریت گردشگری، آموزش کارآفرینی را به‌عنوان موضوع اجباری یا انتخابی ارائه می‌دهند (احمد^۴، ۲۰۱۵). (جونز ۲۰۱۹: ۲۴۳) اخیراً آموزش کارآفرینی را به‌عنوان "مجموعه‌ای از ابتکارات فعال عملیاتی در دانشگاه‌ها، دانشکده‌های محلی، مدارس فنی و حرفه‌ای، دبیرستان‌ها و مدارس ابتدایی توصیف می‌کند که با تمایل مشترک برای توسعه ظرفیت بیشتر در فراگیران جهت عامل کارآفرینی در کنار هم قرار می‌گیرند." ابری و تراپ^۵ (۲۰۰۵) تردید در مورد اینکه آموزش گردشگری، فراگیران را برای تفکر انتقادی و کار در دنیای واقعی آماده می‌کند، گزارش کردند، درحالی‌که لی^۶ (۲۰۰۸) نگرانی‌های بیشتری را در رابطه با دانش و مهارت آموخته شده برای توسعه حرفه کارآفرینی بیان نمود. طبق سارینن و ارسین^۷ (۲۰۱۲) ادغام آموزش نظری و عملی به همراه تجارب کارآفرینی در قالب سخنرانی کارآفرینان، بازدید از شرکت‌ها و صحبت در مورد کارآفرینی توسط سخنرانان خارجی، تأثیر مثبتی بر شغل کارآفرینی دارند. در این راستا، نظام آموزش گردشگری، ماهیتی چندرشته‌ای دارد، آموزش حرفه‌ای را با مهارت‌های تجاری و مدیریتی، ترکیب می‌کند و باید در تصمیم‌گیری‌ها، همه‌دینفعان که مستقیم و غیرمستقیم تحت تأثیر آموزش هستند را مشارکت دهد (سولول^۸ و همکاران، ۲۰۱۵). اگرچه در پژوهش‌های موجود به بحث فرایند این نظام جامع در زمینه کارآفرینی و مشکلات آن پرداخته نشده است، با این وجود، ظاهری عبدوند و صفری (۱۳۹۸) دریافتند که می‌توان با تشکیل هسته‌های کارآفرینی، برگزاری کارگاه‌ها، فرستادن دانشجویان به مراکز مختلف به‌عنوان کارآموز، شبیه‌سازی‌های رایانه‌ای، مصاحبه با کارآفرینان، راه‌اندازی کسب و کارهای دانشجویی و کاوش‌های محیطی، در زمینه کارآفرینی مؤثر واقع شد. مینایی‌پور و همکاران (۱۳۹۹) نشان دادند که برای آموزش کارآفرینان جوان در دوره دبیرستان باید به دو راهبرد درون- سازمانی شامل تدوین برنامه درسی پرورش- محور و پیوسته، مدیریت استعداد دانش‌آموزان و توانمندسازی کادر مدرسه با تمرکز بر معلم و راهبرد برون- سازمانی شامل فرهنگ‌سازی، خلق

¹. Shina

². Organisation for Economic Co-operation and Development

³. Herodotou

⁴. Ahmad

⁵. Airey & Tribe

⁶. Li

⁷. Saarinen & Ursin

⁸. Solvoll

محیط نهادی حمایت‌گر و نیازسنجی ملی و فراملی توجه شود. نظری و همکاران (۱۳۹۹) دریافتند دسترسی به مراکز آموزش کارآفرینی در کنار آموزش ریسک‌پذیری، وجود کارگروهی در آموزش، آموزش نحوه شروع کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری و دسترسی به منابع در مناطق روستایی می‌تواند منجر به توسعه کارآفرینی گردشگری شود. کریمی حصارى و همکاران (۱۳۹۹) نشان دادند آموزش، نقشی اساسی در اخذ قصد کارآفرینی اجتماعی دانشجویان گردشگری ایفا می‌کند، به طوری که ضریب اثر کلی آن فراتر از متغیرهای خود-کارآمدی، نگرش و همدلی است و موضوع کارآفرینی اجتماعی باید به‌عنوان یک واحد/سرفصل درسی در رشته‌های مرتبط با گردشگری مدنظر قرار گیرد. باپیری و همکاران (۱۴۰۰) نیز نتیجه‌گیری نمودند هفت مضمون مشکلات ساختاری؛ ضعف‌های مدیریتی؛ چالش‌های گزینش؛ کمبودهای محتوایی؛ معضلات سنجش؛ نارسایی‌های آموزشی و کاستی‌های ارزیابی و نظارت، از جمله آسیب‌های نظام فعلی آموزش‌های کوتاه‌مدت گردشگری کشور است. ابرایان و همبرگ^۱ (۲۰۱۹) تأیید نمودند کارآفرینی منجر به مدل‌های آموزشی همکارانه‌ای می‌شود که تبادل، جریان‌سازی و ایجاد دانش مشترک بین مشاغل و جوامع را تسهیل می‌کنند. باکیسکایا^۲ و همکاران (۲۰۲۰) دریافتند موانع اصلی ایجاد مشاغل جدید عمدتاً به عوامل اقتصادی (مرتبط به جامعه و دانشگاه)، میزان نوآوری در جامعه و اعتمادبه‌نفس دانشجویان (بیشتر با توجه به علاقه و انگیزه) گردشگری اسپانیا مربوط می‌شود و اهداف کارآفرینانه آنها تأثیرگذار نبوده است. ژانگ^۳ و همکاران (۲۰۲۰) نیز دریافتند آموزش بر اهداف کارآفرینی دانشجویان گردشگری، تأثیر مثبت دارد. آموزش تجربی، عامل اصلی در شکل‌گیری قصد کارآفرینی بوده، درحالی که پیشرفت نظری یک عامل تعدیل‌کننده مهم است. همچنین ارزش اجتماعی و ریسک‌پذیری می‌تواند شکل‌گیری قصد کارآفرینی را تقویت کند. زنگ^۴ (۲۰۲۱) نشان داد آموزش نوآوری و کارآفرینی در دانشکده‌ها و دانشگاه‌های گردشگری اغلب نیازمند همکاری مدارس و شرکت‌ها است. یانگ^۵ (۲۰۲۱) تأیید نمود آموزش نوآوری و کارآفرینی در دانشکده‌ها و دانشگاه‌های محلی گردشگری، نیاز به بقا و توسعه دانشجویان در شرایط عادی اقتصادی و نیز لازمه ساخت کشوری نوآور و نوآوری همه‌جانبه آموزش عالی در کشور است. هورمبو^۶ و همکاران (۲۰۲۲) دریافتند چالش‌های آموزشی راهنمای تور زیمبابوه شامل برنامه آموزشی منقطع و محدود، فقدان زبان خارجی، امکانات آموزشی محدود، مریان ضعیف، هزینه‌های آموزشی گزاف و عدم ارزیابی برنامه‌های آموزشی و دوره‌های تکمیلی است. در این میان، پژوهش حاضر هم‌راستا با پارادایم جدید مطالعات آموزش به جای تمرکز صرف بر بهبود قابلیت‌های یادگیری فراگیران و افزایش اثربخشی تدریس، به دنبال تأمین نیازهای تمام بازیگران کلیدی در بخش عرضه و تقاضا نظیر نهادهای آموزشی، صنعت و جامعه است (کیم و جانی^۷، ۲۰۱۸). بنابراین، با درک دیدگاه بازیگران در گردشگری، طراحان و برنامه‌ریزان آموزشی می‌توانند خلاقانه به یک فرایند آموزشی که اهداف و خواسته‌های ذینفعان را برآورده می‌کنند، پاسخ دهند (لوئن^۸، ۲۰۰۸).

¹. O'Brien & Hamburg

². Butkouskaya

³. Zhang

⁴. Zeng

⁵. Yang

⁶. Hurombo

⁷. Kim & Jeongb

⁸. Luen

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، توصیفی-تحلیلی، از نظر مخاطب، یک پژوهش کاربردی و بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها از نوع پژوهش ترکیبی (کیفی-کمی) است. همچنین این پژوهش دارای راهبرد استقرایی است، زیرا بر پایه مصاحبه‌های تکمیل شده و تحلیل‌های صورت گرفته در نرم‌افزارهای تحلیل شبکه، نظم موجود را به نظام کلی فرآیند آموزش گردشگری نسبت می‌دهد و از طریق گردآوری داده‌های مبتنی بر مصاحبه در تلاش است تا به یک اولویت‌بندی دست یابد. جامعه آماری پژوهش ۳۲ بازیگر حوزه آموزش گردشگری شامل عوامل طرف عرضه یعنی مؤسسات ارائه‌دهنده آموزش گردشگری و عوامل تقاضا شامل کسب و کارهای استخدام‌کننده فراگیران آموزش گردشگری (۷ گروه جدول حساب‌های اقماری گردشگری) به شرح جدول (۱) است. در طرف تقاضا، انجمن‌ها و کمیته‌های تخصصی گردشگری مرتبط انتخاب شدند. طبق فرمول کوکران، برای جامعه‌ای معادل ۲۳۸ سازمان، شامل ۲ خوشه عرضه با ۱۶۰ و تقاضا با ۷۸ واحد، به ترتیب نمونه‌هایی برابر با ۱۱۹ و ۵۸ واحد تعریف می‌شود. مصاحبه با کارشناسان ۱۷۷ سازمان نمونه از طریق نمونه‌گیری تصادفی صورت پذیرفت. واحد تحلیل، در این پژوهش واحد سازمان بوده و متناسب با اهداف پژوهش که شناسایی مشکلات موجود بین ذینفعان درگیر در این حوزه بوده است، نرم‌افزار گفی به عنوان نرم‌افزار تحلیل انتخاب شده که قابلیت تحلیل بر اساس رابطه‌ها را داراست. منظور از این قابلیت امکان ورود داده به صورت ماتریس و روابط داد و ستدی بین ذینفعان جامعه است. به عبارت دیگر علت انتخاب این نوع از تحلیل امکان تحلیل داده با توجه به نوع و ماهیت متغیر در این نرم‌افزار است.

جدول ۱: جامعه آماری پژوهش

بازیگران عرضه	بازیگران تقاضا (۷ گروه مرتبط با محصولات اختصاصی گردشگری TSA)
<p>خوشه آکادمیک (دانشگاهی): وزارت علوم، تحقیقات و فناوری شامل دانشگاه‌های دولتی (۲۰ واحد) دانشگاه‌های پیام نور (۶۷ واحد) دانشگاه‌های آزاد (۲۱ واحد) دانشگاه‌های علمی کاربردی (۲۳ واحد) دانشگاه‌های غیرانتفاعی (۲۱ واحد)</p> <p>خوشه غیرآکادمیک (غیردانشگاهی): وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی وزارت آموزش و پرورش سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی سازمان حج و زیارت</p>	<p>خدمات اقامت: - کسب و کارهای مرتبط با خدمات اقامتی نظیر هتل، هتل آپارتمان و ... - اقامتگاه‌های بوم‌گردی</p> <p>خدمات غذا و نوشابه: - کسب و کارهای مرتبط با رستوران‌ها و سلف سرویس‌ها، سفره‌خانه‌های سنتی - کسب و کارهای مرتبط با کافی‌شاپ، آبمیوه</p> <p>خدمات حمل و نقل مسافر: - پایانه‌های مسافربری (حمل و نقل زمینی) - سازمان هواپیمایی کشوری (حمل و نقل هوایی) - سازمان بنادر و دریانوردی (حمل و نقل دریایی) - شرکت راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران (حمل و نقل ریلی) - سازمان‌های حمل و نقل همگانی کشور</p> <p>مؤسسات مسافرتی، تورگردانان و راهنمایی گردشگری: - دفاتر خدمات مسافرتی کشور - خدمات راهنمایان تور</p>

بازیگران عرضه	بازیگران تقاضا (۷ گروه مرتبط با محصولات اختصاصی گردشگری TSA)
<p>سازمان بنیاد مستضعفان ا.ا انجمن علمی طبیعت‌گردی ایران کمیسیون ملی یونسکو-ایران کانون جهانگردی و اتومبیلرانی ج.ا.ا</p>	<p>- خدمات تورگردانان</p> <p>خدمات فرهنگی:</p> <p>- موزه‌های ایران، نهادموزه‌های دانشگاهی - مراکز نمایشگاه‌های گردشگری، سوغات و صنایع‌دستی</p> <p>خدمات سرگرمی و فراغت:</p> <p>- وزارت ورزش و جوانان - سازمان حفاظت محیط‌زیست - کسب‌وکارهای مرتبط با صنایع‌دستی</p> <p>سایر خدمات گردشگری:</p> <p>- کسب‌وکارهای حوزه دیجیتال و پلتفرم‌های آنلاین گردشگری</p>

کارشناسان سیاست‌گذار و برنامه‌ریز آموزشی، مدیرگروه‌های آموزشی، اعضای هیئت علمی، توسعه‌دهندگان برنامه درسی، معاونت‌ها و مدیران آموزشی و اجرایی این واحدهای تحلیل (سازمان‌ها) که در زمینه آموزش گردشگری و آموزش کارآفرینی تسلط دارند، مبنای انتخاب قرار گرفت. شاخص‌های فرایند سیستم آموزش کارآفرینی کافمن و هرمن^۱ (۱۹۹۱) شامل وسایل آموزشی مورد استفاده، روش‌ها و نحوه اجرا، برنامه‌های کارآموزی حین خدمت، روش‌های یاددهی-یادگیری و نحوه مدیریت به‌عنوان مبنای مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. از کارشناسان سازمان‌های مذکور تقاضا گردید مطابق با این شاخص‌ها، مشکلات خود را با سایر بازیگران در این فرایند ارائه نمایند و شدت مشکلات مذکور را از طریق طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای بیان کنند. در مرحله تحلیل، سؤالات باز، وارد فرایند تحلیل محتوا شده و بعد از پالایش اولیه هر یک از مصاحبه‌ها وارد فرایند کدگذاری باز و محوری شده است. پس از استخراج لیست مشکلات پالایش شده و دو طرف بیان‌کننده مشکل و سوی مشکل، شبکه مورد نظر در نرم‌افزار ترسیم شده است. سپس از طریق تحلیل شبکه با استفاده از بیانیه نهایی مشکلات، به تشکیل شبکه "بازیگران-مشکلات" بر اساس تکنیک گرافیکی مبتنی بر نظریه گراف پرداخته شد. انواع شبکه شامل شبکه رایانه‌ای، زیستی، معنایی، عصبی مصنوعی، شاره و شبکه اجتماعی هستند. شبکه اجتماعی مجموعه‌ای از افراد است که آنها را بازیگران یا کنشگران می‌نامند و در سایه نوعی رابطه به هم مرتبط و متصل‌اند (هینی^۲، ۲۰۱۴). بادر نظر گرفتن ویژگی‌های این پژوهش مبتنی بر سنجش روابط بین بازیگران و نظم سلسله‌مراتبی آن، شبکه مورد نظر این پژوهش در طبقه شبکه‌های اجتماعی جای می‌گیرد. از میان نرم‌افزارهای متعدد تحلیل شبکه اجتماعی، نرم‌افزار گفی به دلیل قابلیت سهولت ورود داده، مصورسازی بالای شبکه، توانایی تحلیل شبکه‌های کوچک و متوسط (وری^۳، ۲۰۱۷) و متناسب بودن با شاخص‌های مورد نیاز پژوهش انتخاب گردید. در میان الگوریتم‌های موجود جهت نمایش حالت‌های مختلف خروجی نرم‌افزار گفی، در پژوهش حاضر از الگوریتم یوفانهو مولتی لول^۴ استفاده شد. این الگوریتم سریعترین الگوریتم با کیفیت مطلوب

1. Kaufman & Herman

2. Heaney

3. Viry

4. YIFAN HU MULTILEVEL

در گراف‌های بزرگ است. با مدل "فرس دایرکتد" ترکیب شده و پیچیدگی را کاهش می‌دهد (وری، ۲۰۱۷: ۷۰). تحلیل شبکه روشی است که در مورد حل مسئله، شناخت روابط، تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری، سیاست‌گذاری و مدیریت، مفید می‌باشد و به افراد امکان می‌دهد در فرآیند، مشارکت کامل داشته باشند و نتایجی را بر اساس تجارب و مهارت خود ایجاد کنند (برندز و الباخ، ۲۰۰۵). تحلیل شبکه‌ای بر مبنای دو نظریه شبکه‌ای و گراف‌ها بنا نهاده شده است؛ نظریه گراف‌ها، شبکه را در قالب ریاضیات شبیه‌سازی می‌کند (برندز و الباخ، ۲۰۰۵). شبکه، مجموعه‌ای از نقاط یا رئوس هستند که از طریق خطوط یا یال‌ها به هم پیوسته‌اند (نیومن، ۲۰۱۰: ۱). یکی از اصلی‌ترین کاربردهای تحلیل شبکه، شناسایی گره‌های مهم در شبکه است که نقاط استراتژیک شبکه و اثرگذار هستند. در واقع، در تحلیل شبکه، مطالعه روابط بین گره‌ها مورد نظر است (هوگن، ۲۰۰۷). با استفاده از وزن رابطه می‌توان آن را بیشتر توصیف کرد. وزن می‌تواند نشان‌دهنده میزان، تکرار یا شدت رابطه باشد (هوگن، ۲۰۰۷). ماتریس‌ها، زبان ورود داده‌ها به نرم‌افزارهای تحلیل شبکه‌ای هستند، بر این مبنای سطرها، فرستنده‌ها و ستون‌ها، گیرنده‌ها می‌باشند (هینی، ۲۰۱۴: ۱۹). شبکه اجتماعی دارای شاخص‌هایی به شرح جدول زیر است:

جدول ۲: شاخص‌های شبکه

شاخص‌ها	شرح
اندازه شبکه	نشانگر تعداد ارتباطات مستقیم دورن شبکه‌ای گره‌ها به عنوان درجه‌ای از ادغام در یک شبکه
انسجام شبکه	میزان روابط مستقیم کنشگران با یکدیگر در دسته‌های منسجم شبکه
تراکم یا چگالی	میزان شناخت یا آشنایی پیوندها مربوط به یک گره به طور کلی گره‌هایی که با گره مورد نظر پیوند دارند از همدیگر
درجه تفکیک	فاصله اجتماعی دو فرد که با کم‌ترین تعداد واسطه بین یک فرد و سایر افراد درون شبکه قابل اندازه‌گیری است.
تمرکز	پیوندهای زیاد بر محور یک گره، بیانگر میزان وجود کنشگران محوری
درجه ورودی	تعداد یال‌هایی است که به یک گره ورود می‌کنند.
درجه خروجی	تعداد یال‌هایی است که از یک گره خروج می‌کنند.
درجه ورودی یا خروجی وزن‌دار	در شبکه‌هایی با یال‌های دارای وزن، شاخص‌های درجه ورودی/خروجی، با محاسبه وزن یال‌های ورودی/خروجی از گره درجه ورودی/خروجی وزن‌دار قابل محاسبه است.
مرکزیت درجه	تعداد یال‌های مجاور بر یک گره، شناسایی پرنفوذترین بازیگر شبکه
مرکزیت نزدیکی	نزدیکی یک گره به سایر گره‌های موجود، انعکاس توانایی کسب اطلاعات از طریق خوشه اعضای شبکه
مرکزیت بینابینی	گره قرار گرفته میان بسیاری از هر دو گره موجود، ارزش بالاتری به گره‌هایی می‌دهد که خوشه‌ها را به هم متصل می‌کنند.
ضریب خوشه‌بندی	نشان دادن احتمال مشارکت دو عضو یک گروه

منبع: سودا^۴ (۲۰۱۶، ص ۸)

معیارهای پایه تحلیل در پژوهش حاضر، شاخص‌های مذکور است. جهت روایی قسمت کیفی پژوهش از راهبردهای ارائه شده ماکسول^۵ (۱۹۹۲) نظیر روایی توصیفی با راهبرد "متن‌نویسی بلافاصله‌ی مصاحبه"؛ روایی تفسیری با راهبرد "بازخور مشارکت‌کننده" استفاده شد. همچنین با توجه به تکمیل پرسشنامه پایایی پژوهش با

1. Brandes & Erlebach

2. Newman

3. Hogan

4. Soda

5. Maxwell

استفاده از نرم‌افزار SPSS و ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۸ (بالتر از ۰/۷) محاسبه گردید.

یافته‌ها

به کارگیری فنون تحلیل شبکه اجتماعی

به منظور انجام تحلیل شبکه اجتماعی جهت تعیین مشکلات فرایند نظام آموزش گردشگری (۱) به ردیابی مشکلات مشترک بازیگران این حوزه با یکدیگر از طریق مصاحبه و ایجاد بیانیه نهایی مشکلات، (۲) ایجاد شبکه بازیگران-مشکلات و (۳) تعیین مشکلات و بازیگران کلیدی پرداخته شد. در این راستا، پس از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، سؤالات باز، کدگذاری گردیده و به مشکلات اضافه شدند. سپس مشکلات مشترک تأیید شده از سایر مشکلات جدا شده و سازمان‌ها به‌عنوان گره و مشکلات مشترک بین دو بازیگر (مورد تأیید هر دو بازیگر درگیر) به‌عنوان یال در نظر گرفته شده‌اند. همچنین این مشکلات با استفاده از برچسب‌هایی وزن‌دهی شدند. از میان برچسب‌های ممکن واکاوی شده برای مشکلات، لزوم مشترک بودن برچسب‌ها بین تمام مشکلات، تعیین‌کننده است تا امکان تشکیل ماتریس برای تمام مشکلات وجود داشته باشد، به نحوی که اگر مشکلات را به‌عنوان سطرها و ماتریس و برچسب‌های تحلیل مشکلات را به‌عنوان ستون‌های ماتریس در نظر بگیریم، لزوم یکی بودن ستون‌های ماتریس برای تمامی سطرها توجیه‌پذیر می‌باشد. بنابراین برچسب‌های عمر مشکل، جمعیت درگیر و میزان پیچیدگی آن به‌عنوان برچسب‌های نهایی منتخب شده و برای مشکلات به کار گرفته شده است. شرح شبکه در جدول (۳) گردآوری شده است.

جدول ۳: شبکه بازیگران-مشکلات

نام شبکه	شرح شبکه	نتیجه مورد انتظار
بیان‌کننده - مشکل (ردیابی مشکل مشترک)	<ul style="list-style-type: none"> گره‌ها: بیان‌کنندگان مشکل دلیل اتصال (یال‌ها): بیان شدن یک مشکل کاملاً مشترک 	شناسایی مهم‌ترین طرح‌کننده با تأکید بر مشکلات مشترک (تأیید شده)

منبع: یافته‌های پژوهش (۱۴۰۱)

با توجه به نیاز به گردآوری مشکلات مشترک به‌عنوان ماتریس ورودی به تحلیل شبکه جدول (۴) تدوین شده است.

جدول ۴: ماتریس ورودی تحلیل شبکه بازیگران-مشکلات

مشکل	بیان‌کننده مشکل	سوی مشکل
وجود افراد واسطه بین گردشگران و نهادهای متولی	وزارت بهداشت	کسب‌وکارهای اقامتی (هتلها و...)
عدم تطابق بین آموزش‌های آکادمیک و اجرا در حوزه گردشگری	وزارت بهداشت بنیاد مستضعفان	فنی‌و حرفه‌ای
عدم تطابق بین آموزش‌های آکادمیک و اجرا در حوزه گردشگری	بنیاد مستضعفان	وزارت میراث

سوی مشکل	بیان‌کننده مشکل	مشکل
		عدم تطابق مجوزهای آموزشی با استانداردهای قابل پذیرش برای گردشگر
دانشگاه‌های دولتی دانشگاه‌های پیام نور دانشگاه‌های آزاد اسلامی دانشگاه‌های علمی کاربردی دانشگاه‌های غیرانتفاعی	بنیاد مستضعفان	عدم وجود نگاه کارآفرین و مهارت‌محور در آموزش گردشگری
دانشگاه‌های دولتی دانشگاه‌های پیام نور دانشگاه‌های آزاد اسلامی دانشگاه‌های علمی کاربردی دانشگاه‌های غیرانتفاعی	جامعه تورگردانان ایران	عدم توجه مکفی به آموزش زبان‌های خارجه در تطابق با نیاز گردشگر
وزارت میراث	سازمان بنادر	سنستی بودن فرآیندهای گردشگری در کشور
وزارت میراث	سازمان هواپیمایی	عدم تطابق مجوزهای آموزشی با استانداردهای قابل پذیرش برای گردشگر
وزارت میراث	وزارت ورزش و جوانان	عدم تطابق مجوزهای آموزشی با استانداردهای قابل پذیرش برای گردشگر عدم واگذاری وظایف دولتی در حوزه گردشگری به بخش خصوصی
وزارت میراث	انجمن راهنمایان تور	عدم توجه به بحث‌های کاربردی در دوره‌های میراث
دانشگاه‌های دولتی دانشگاه‌های پیام نور دانشگاه‌های آزاد اسلامی دانشگاه‌های علمی کاربردی دانشگاه‌های غیرانتفاعی	انجمن راهنمایان تور	عدم تطابق بین آموزش‌های آکادمیک و اجرا در حوزه گردشگری
دانشگاه‌های پیام نور دانشگاه‌های آزاد اسلامی دانشگاه‌های علمی کاربردی دانشگاه‌های غیرانتفاعی	انجمن برگزاری نمایشگاه‌ها کمیسیون یونسکو ایران	عدم تطابق بین آموزش‌های آکادمیک و اجرا در حوزه گردشگری
دانشگاه‌های دولتی	فنی حرفه‌ای	عدم تطابق بین آموزش‌های آکادمیک و اجرا در حوزه گردشگری
وزارت میراث	فنی حرفه‌ای انجمن گ الکترونیک انجمن طبیعت‌گردی	موازی کاری در ارائه آموزش‌های مهارتی
وزارت میراث	اقامتگاه بوم‌گردی کمیته ملی موزه شرکت راه آهن انجمن طبیعت‌گردی	عدم تطابق بین آموزش‌های آکادمیک و اجرا در حوزه گردشگری
وزارت میراث	کانون ج و اتومبیلرانی	عدم واگذاری وظایف به بخش خصوصی در حوزه گردشگری
دانشگاه‌های پیام نور دانشگاه‌های آزاد اسلامی دانشگاه‌های علمی کاربردی دانشگاه‌های غیرانتفاعی	وزارت میراث	عدم تناسب سرفصل‌های آموزشی با مزیت رقابتی شهرهای ایران عدم هماهنگی سرفصل‌های دانشگاهی با نیازهای وزارتخانه
اقامتگاه‌های بوم‌گردی	دانشگاه غیرانتفاعی	فقدان ارتباط بین نهادهای آموزشی و فعالین بخش خصوصی

تفسیر نتایج شبکه

جدول (۵) خروجی شبکه محسوب می‌شود. در این شبکه، ۲۶ گره و ۱۰۳ یال وجود دارد که نشانگر تمرکز پایین یال‌ها بر گره‌ها است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود وزارت میراث با عدد ۱۷ دارای بیشترین درجه در شبکه می‌باشند. اندازه درجه شبکه ۱۰۳ می‌باشد که نشان می‌دهد این شبکه، یک شبکه کامل نیست، شبکه کامل، شبکه‌ای است که دارای تمام پیوندهای بین گره‌ها و مؤلفه‌های موجود در شبکه می‌باشند (میرمحمد صادقی، ۱۳۹۳: ۳۵) که تعداد روابط یک شبکه کامل دوطرفه از رابطه $n(n-1)$ بدست می‌آید. یعنی با توجه به اینکه تعداد گره‌های شبکه این پژوهش $(n=26)$ می‌باشد، باید تعداد ۶۵۰ یال به دست آید. از آنجا که که تعداد کل یال‌های شبکه برابر ۱۰۳ شد، نشان از عدم کامل بودن شبکه در این پژوهش می‌باشد. منظور از عدم کامل بودن شبکه، شکل نگرفتن تعدادی از رابطه‌ها درون شبکه یا با توجه به ویژگی‌های این پژوهش عدم وجود مشکلات دوسویه بین تعدادی از بازیگران است. مطابق جدول (۵) و نمایش شبکه، وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و پس از آن دانشگاه‌های دولتی فعال در حوزه گردشگری دارای بیشترین مرکزیت درجه با عدد ۱۲ و ۷ می‌باشند. مرکزیت درجه، یکی از شاخص‌های انسجام است که مشخص می‌کند کدام گره‌های مهم، در یک شبکه، اثرگذار و مرکزی‌تر است. هر چه میزان اندازه درجه بیشتر باشد، شبکه مرکزی‌تر خواهد بود، یعنی این گره‌ها دارای پیوندهای ارتباطی ساطع‌کننده زیادی هستند. بر اساس این سنجه بازیگران مذکور را می‌توان پرقدرت‌ترین و پرنفوذترین بازیگر شبکه شناسایی کرد به نحوی که اعضای زیادی از شبکه برای ارتباط با سایر اعضا نیازمند این عضو شبکه می‌باشند.

جدول ۵: نتایج ترسیم شبکه بازیگران-مشکلات

برچسب	درجه ورودی	درجه خروجی	درجه	ورودی وزن‌دار	خروجی وزن‌دار	درجه وزن‌دار	مرکزیت نزدیکی	ضریب مدولار
وزارت بهداشت	۰	۲	۲	۰	۱۰	۱۰	۰/۳۲۶۰۸۶۹۵۷	۲
بنیاد مستضعفان	۰	۷	۷	۰	۳۱	۳۱	۰/۱۶۶۶۶۶۶۶۶۷	۰
دانشگاه‌های دولتی	۷	۰	۷	۳۰	۰	۳۰	۰	۰
دانشگاه‌های پیام نور	۶	۰	۶	۲۵	۰	۲۵	۰	۰
دانشگاه‌های آزاد	۶	۰	۶	۲۵	۰	۲۵	۰	۰
علمی کاربردی	۶	۰	۶	۲۳	۰	۲۳	۰	۰
غیرانتفاعی	۶	۷	۱۳	۲۳	۲۸	۵۱	۰/۵۷۱۴۲۸۵۷۱	۱
خدمات اقامتی: هتلها	۱	۰	۱	۵	۰	۵	۰	۲
فنی و حرفه‌ای	۲	۲	۴	۱۰	۱۰	۲۰	۰/۴۱۹۳۵۴۸۳۹	۲
جامعه تورگردانان	۰	۵	۵	۰	۱۵	۱۵	۰/۵۹۰۹۰۹۰۹۱	۰
سازمان بنادر	۰	۱	۱	۰	۴	۴	۰/۴۰۶۲۵	۳
سازمان هواپیمایی	۰	۱	۱	۰	۴	۴	۰/۴۰۶۲۵	۳
وزارت ورزش	۰	۱	۱	۰	۴	۴	۰/۴۰۶۲۵	۳
انجمن راهنمایان تور	۰	۶	۶	۰	۲۹	۲۹	۰/۶۵	۰

تحلیل مشکلات فرایند نظام جامع آموزش گردشگری ایران با تأکید بر رویکرد کارآفرینی — ۱۵۳

۰	۰/۵۹۰۹۰۹۰۹۱	۲۵	۲۵	۰	۵	۵	۰	نمایشگاه‌ها
۳	۰/۰۴۰۶۲۵	۵	۵	۰	۱	۱	۰	کانون ج و اتومبیلرانی
۳	۰/۴۰۶۲۵	۴	۴	۰	۱	۱	۰	انجمن طبیعت گردی
۳	۰/۴۰۶۲۵	۴	۴	۰	۱	۱	۰	انجمن گ الکترونیک
۳	۰/۴۰۶۲۵	۵	۵	۰	۱	۱	۰	شرکت راه‌آهن
۳	۰/۴۰۶۲۵	۵	۵	۰	۱	۱	۰	کمیته ملی موزه
۰	۰/۵۹۰۹۰۹۰۹۱	۲۱	۲۱	۰	۵	۵	۰	کمیسیون یونسکو
۳	۰/۶۳۱۵۷۸۹۴۷	۶۹	۱۵	۵۴	۱۷	۵	۱۲	وزارت میراث
۱	۰/۴۱۳۷۹۳۱۰۳	۸	۴	۴	۲	۱	۱	اقامتگاه‌ها بوم گردی
۱	۰	۴	۰	۴	۱	۰	۱	کسب و کار رستوران‌ها
۱	۰	۴	۰	۴	۱	۰	۱	کسب و کار کافی شاپ
۱	۰	۴	۰	۴	۱	۰	۱	دفاتر مسافرتی

مرکزیت درجه ورودی نشان می‌دهد چه میزان یال به این گره وارد شده و مرکزیت خروجی نشان می‌دهد چه میزان یال از آن خارج شده‌اند. در جدول (۵) وزارت میراث دارای مرکزیت درجه ورودی زیادی است که نشان از مرکزی‌تر بودن آن دارد. نتیجه پس از اعمال برچسب‌های مشکلات (جدول ۶) دارای تفاوت‌های معنادار بیشتری شده، به طوری که تفاوت بازیگران در درجه ورودی وزن دار با اعداد ۵۴ و ۳۰ معنادارتر از درجه ورودی است.

جدول ۶: برچسب مشکلات تعریف شده

برچسب مشکلات			مشکلات
میزان پیچیدگی	جمعیت درگیر	عمر مشکل	
۴/۶۱	۲/۳۳	۴/۰۹	وجود افراد واسطه بین گردشگران و نهادهای متولی
۴/۹۶	۴/۶۷	۴/۵	عدم تطابق بین آموزش‌های آکادمیک و اجرا در حوزه گردشگری
۴/۱۱	۲/۰۱	۳/۸۱	عدم تطابق بین آموزش‌های آکادمیک و اجرا در حوزه گردشگری عدم تطابق مجوزهای آموزشی با استانداردهای قابل پذیرش برای گردشگر
۲/۱۱	۴/۳۲	۴/۵۸	عدم وجود نگاه کارآفرین و مهارت‌محور در آموزش گردشگری
۱/۳۱	۴/۳	۳/۱۱	عدم توجه مکفی به آموزش زبان‌های خارجه در تطابق با نیاز گردشگر
۲/۱۲	۳/۵۲	۳/۴۵	سستی بودن فرآیندهای گردشگری در کشور
۲/۰۳	۳/۲۱	۳/۷۸	عدم تطابق مجوزهای آموزشی با استانداردهای قابل پذیرش برای گردشگر
۱/۶۹	۴/۰۱	۲/۶۷	عدم واگذاری وظایف دولتی در حوزه گردشگری به بخش خصوصی
۰/۸۳	۲	۱/۴	عدم توجه به بحث‌های کاربردی در دوره‌های میراث
۲/۴۳	۳/۲۱	۲/۶۶	موازی کاری در ارائه آموزش‌های مهارتی
۳/۲۱	۳/۹۲	۳/۹۱	عدم تطابق بین آموزش‌های آکادمیک و اجرا در حوزه گردشگری
۳/۶۵	۲/۹۱	۴/۹۲	عدم واگذاری وظایف به بخش خصوصی در حوزه گردشگری
۱/۶۲	۲/۸۱	۳/۳۵	عدم تناسب سرفصل‌های آموزشی با مزیت رقابتی شهرهای ایران عدم هماهنگی سرفصل‌های دانشگاهی با نیازهای وزارتخانه
۴/۹۱	۳/۲۵	۲/۴۱	فقدان ارتباط بین نهادهای آموزشی و فعالین بخش خصوصی

قدرت شبکه، میزان بالای درجه خروجی را به‌عنوان سنجش در نظر می‌گیرد. به این معنی که هر چه درجه خروجی بالاتر باشد دارای قدرت بیشتری در شبکه است (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۲). درجه خروجی بنیاد مستضعفان با عدد ۳۱ بالا بوده و دارای قدرت بیشتری در شبکه می‌باشد. در ستون درجه خروجی وزن‌دار بیشترین تعداد متعلق به بنیاد مستضعفان و انجمن راهنمایان تور با عدد ۳۱ و ۲۹ است که به معنای بیشترین بیان‌کننده مشکلات می‌باشد. یکی دیگر از شاخص‌های سنجش شبکه، مرکزیت نزدیکی است. این شاخص نشان می‌دهد یک گره چه اندازه به سایر گره‌های موجود در شبکه نزدیک است. عددی میان صفر و یک خواهد بود که در آن ارقام بالاتر به معنای نزدیکی بیشتر و فاصله میانگین کمتر خواهند بود. در این راستا وزارت میراث با ۰/۶۳ و بنیاد مستضعفان ۰/۶۶ دارای بیشترین مرکزیت نزدیکی است. ضریب خوشه‌بندی، سنجش‌ای است که نسبت دوستانان را که با یکدیگر دوست هستند می‌سنجد و نشان می‌دهد مردم چقدر اطمینان مشترک به همراه دارند (ارمن^۱، ۲۰۱۱). ضریب خوشه‌بندی حاصل از جدول برابر با ۰/۷۱ که نسبتاً بالا است که نشان‌دهنده تمایل بسیار بازیگران برای تشکیل خوشه در شبکه می‌باشند. میزان تسلط و نقش تعیین‌کننده در این شبکه برعهده وزارت میراث و دانشگاه‌ها است که با توجه به خوشه‌های تعیین شده و ضریب مدولاریتی قابل تفسیر است. بر اساس نمایش شبکه و تلفیق ضریب نزدیکی و تعداد هاب موجود در شبکه سه خوشه مجزا از هم وجود دارد. خوشه نخست به مرکزیت وزارت میراث، خوشه دوم به مرکزیت قسمت آکادمیک شبکه به مرکزیت دانشگاه‌های موجود و خوشه سوم عوامل خدماتی موجود در این زمینه به‌عنوان نودهای جداگانه در شبکه حضور دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

بر پایه هدف مقاله مبنی بر تحلیل مشکلات فرایند نظام جامع آموزش گردشگری کشور در زمینه کارآفرینی، در این پژوهش با رویکردی مبتنی بر تحلیل مشکلات مشترک تأییدشده بین بازیگران از طریق مصاحبه با کارشناسان، بیانیه مشکلات تدوین و به‌عنوان ورودی‌های مرحله تحلیل شبکه به کار برده شده است. برای دستیابی به مشکلات موجود در این حوزه ابتدا ذینفعان درگیر در دو دسته سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات گردشگری و سازمان‌های دریافت‌کننده خدمات گردشگری تقسیم شده و مطابق با تعداد، مصاحبه و تکمیل پرسشنامه جهت گردآوری مشکلات هر دسته انجام پذیرفته است. پس از انجام مصاحبه، نتایج پالایش و وارد فرآیند تحلیل محتوا و کدگذاری‌های باز و انتخابی شده است. بر همین اساس بیانیه نهایی مشکلات و دو سویه مشکل مشخص شده و در ادامه شبکه بازیگران-مشکلات با استفاده از روابط موجود بین بازیگران در نرم‌افزار گفی-تحلیل شبکه‌های اجتماعی- ترسیم شده تا برون‌دادهای تحلیل شبکه بتواند در جهت کاهش مشکلات این فرایند کمک نماید. واحد تحلیل، در این پژوهش واحد سازمان بوده و متناسب با اهداف پژوهش که شناسایی مشکلات موجود بین ذینفعان درگیر در این حوزه بوده است، نرم‌افزار گفی به‌عنوان نرم‌افزار تحلیل انتخاب شده که قابلیت تحلیل بر اساس رابطه‌ها را داراست. منظور از این قابلیت امکان ورود داده به صورت ماتریس و روابط داد و ستدی بین ذینفعان جامعه است. به عبارت دیگر علت انتخاب این نوع از تحلیل امکان تحلیل داده با توجه به نوع و ماهیت متغیر در این

^۱. Ermen

نرم افزار است. از شاخص‌های به کار گرفته شده برای تحلیل نتایج پژوهش می‌توان به مرکزیت درجه، مرکزیت درجه ورودی و خروجی وزن دار اشاره کرد. برای تدقیق نتایج برچسب‌های عمر مشکل، جمعیت درگیر و میزان پیچیدگی برای هر مشکل تعریف شده و مشکلات به صورت وزن دار وارد نرم‌افزار گفی شده است. نتایج برآمده از شبکه حاکی از آن است که وزارت میراث و دانشگاه‌های دولتی دارای بیشترین تعداد مشکلات تأیید شده از سمت سایر بازیگران بوده‌اند و نقش ویژه‌ای در گردش اطلاعات در شبکه دارند. براین مبنای، وزارت میراث و دانشگاه‌های دولتی، پرنفوذترین بازیگر شبکه هستند، به گونه‌ای که تعداد زیادی از سایر بازیگران برای ارتباط با سایر اعضا نیازمند همکاری این بازیگران می‌باشند.

همچنین مطابق با نتایج پژوهش، مشکلات مشترک تأیید شده توسط بازیگران در این فرایند مواردی نظیر وجود افراد واسطه بین گردشگران و نهادهای متولی، عدم تطابق بین آموزش‌های آکادمیک و اجرا در حوزه گردشگری، عدم تطابق مجوزهای آموزشی با استانداردهای قابل پذیرش برای گردشگر، عدم وجود نگاه کارآفرین و مهارت‌محور در آموزش گردشگری، عدم توجه مکفی به آموزش زبان‌های خارجه در تطابق با نیاز گردشگر، سنتی بودن فرآیندهای گردشگری در کشور، عدم توجه به بحث‌های کاربردی در دوره‌های میراث، موازی کاری در ارائه آموزش‌های مهارتی، عدم واگذاری وظایف به بخش خصوصی در حوزه گردشگری، عدم تناسب سرفصل‌های آموزشی با مزیت رقابتی شهرهای ایران، عدم هماهنگی سرفصل‌های دانشگاهی با نیازهای وزارتخانه و فقدان ارتباط بین نهادهای آموزشی و فعالین بخش خصوصی بیان گردید. باپیری و همکاران (۱۴۰۰) مشکلات ساختاری؛ ضعف‌های مدیریتی؛ چالش‌های گزینش؛ کمبودهای محتوایی؛ معضلات سنجش؛ نارسایی‌های آموزشی و کاستی‌های ارزیابی و نظارت را به‌عنوان آسیب‌های آموزش‌های کوتاه‌مدت گردشگری کشور در وزارت میراث بیان نموده‌اند که با یافته‌های پژوهش حاضر همخوانی دارد. از سویی، این موارد با پژوهش ابرایان و همبرگ (۲۰۱۹) مبنی بر اهمیت کارآفرینی به‌عنوان مدل آموزشی همکارانه جهت تبادل، جریان‌سازی و ایجاد دانش مشترک بین مشاغل و جوامع، ژانگ و همکاران (۲۰۲۰) مبنی بر وجود آموزش تجربی، به‌عنوان عامل اصلی در شکل‌گیری قصد کارآفرینی، زنگ (۲۰۲۱) مبنی بر نیاز به همکاری مدارس و شرکت‌ها جهت آموزش نوآوری و کارآفرینی در دانشکده‌ها و دانشگاه‌های گردشگری، هم‌راستا است. هورمبو و همکاران (۲۰۲۲) نیز مقوله چالش‌های آموزش راهنمای تور را مبنی بر وجود برنامه آموزشی منقطع و محدود، فقدان زبان خارجی، امکانات آموزشی محدود، مربیان ضعیف، هزینه‌های آموزشی گزاف و عدم ارزیابی برنامه‌های آموزشی و دوره‌های تکمیلی مطرح نموده‌اند که با یافته‌های پژوهش حاضر مطابقت دارد.

در مجموع فرایند نظام جامع آموزش گردشگری کشور در زمینه کارآفرینی در بیشتر ابعاد با مشکل مواجه است. به نظر می‌رسد بخش دولتی فاقد انگیزه، چابکی، تخصص و منابع لازم برای مدیریت اثربخش و نظارت کارآمد بر فرایند نظام جامع آموزش گردشگری کشور است. از این رو توصیه می‌شود این وظایف به بخش خصوصی یا انجمن‌های خصوصی آموزشی در این بخش واگذار گردد. وجود کانون هماهنگی جامع و پیشرفته دانش و آموزش گردشگری که نیاز تمام بازیگران این بخش در دو طرف عرضه و تقاضا را تأمین کند و مدیریت اطلاعات و ارزیابی و نظارت یکپارچه، همه‌جانبه و دقیق را میسر سازد، ضروری است. در تعریف این فرایند

جهت کاربردی نمودن آموزش باید به مهارت‌های نرم و تربیت افرادی با روحیه حل مسئله و نوآوری و توانایی کارآفرینی توجه نمود. همچنین پژوهش حاضر نظیر سایر فعالیت‌های پژوهشی با محدودیت‌هایی نظیر در دسترس نبودن آمار صحیح از سازمان‌های نظام جامع آموزش گردشگری ایران، دشواری دسترسی به برخی اعضای نمونه ناشی از مشغله کاری زیاد و دشواری اجماع به علت وجود بازیگران با تعارض منافع شدید، روبه‌رو بوده است.

به علت تمرکز پژوهش حاضر بر فرایند، توصیه می‌شود که سایر پژوهشگران برای پژوهش‌های آینده، درونداها (مواد خام نظیر منابع انسانی و آموزشی موجود، نیازها، بودجه و ...)، محصول (نتایج در حال تکوین نظیر دوره‌های به اتمام رسیده، پیشرفت شغلی استاد و ...)، برونداها (محصولات رتبه‌بندی شده در نظام آموزشی که تحویل جامعه داده می‌شوند نظیر فارغ‌التحصیلان، شغل‌یافتگان و ...) و پیامدهای (اثرات درونداها در جامعه و برای جامعه و جوامع محلی نظیر استقلال مالی، خودکفایی و ...) نظام جامع آموزش گردشگری ایران در زمینه کارآفرینی را در نظر بگیرند.

منابع

- بایبری، جعفر؛ شفیعی، زاهد؛ محمدیان محمودجیق، نسیم؛ سلطانی هوراند، امین؛ حاجی احمدی فرمهبینی، ترانه (۱۴۰۰). "آسیب‌شناسی نظام آموزش‌های کوتاه‌مدت گردشگری ایران از رویکرد دینفغان". **گردشگری و توسعه**، ۱۰(۴): ۷۳-۸۸.
- خدایی، زهرا؛ کلانتری خلیل‌آباد، حسین (۱۳۹۱). "توسعه گردشگری با تأکید بر نقش آموزش نیروی انسانی"، **فصلنامه مطالعات مدیریت شهری**، ۴ (۱۲): ۴۷-۵۹.
- رضوانی، محمدرضا؛ حسام، مهدی؛ کریمی، هادی (۱۳۹۳). **تحلیل شبکه در گردشگری**، چاپ اول، تهران: انتشارات مهکامه.
- سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی (۱۳۸۲).
- ضیائی، محمود؛ سعیدی، علی‌اصغر؛ تراب احمدی، مژگان (۱۳۹۱). "جایگاه گردشگری در نظام آموزش عالی ایران"، **فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری**، ۷ (۱۷): ۶۱-۸۵.
- ظاهری عبدوند، ابراهیم؛ صفری، جهانگیر (۱۳۹۸). جایگاه آموزش کارآفرینی در سرفصل‌های رشته زبان و ادبیات فارسی با تأکید بر رویکرد رفتاری، **مجله پژوهش و نگارش کتب دانشگاهی**، ۲۳ (۴۴): ۷۶-۹۸.
- عباس‌زادگان، محمد؛ ترک‌زاده، جعفر (۱۳۸۳). **نیازسنجی آموزشی در سازمان‌ها**، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- فایوس سولا، ادوارد (۱۳۷۹). **روش آموزش کیفی در صنعت گردشگری**، ترجمه نصرالله مستوفی و مرتضی احمدی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- کریمی حصار، فرشید؛ روستا، علیرضا؛ مرادی، سعید (۱۳۹۹). "بررسی قصد کارآفرینی اجتماعی دانشجویان در صنعت گردشگری با تأکید بر نقش آموزشی دانشگاه‌ها". **گردشگری و توسعه**، ۱۹(۱): ۱۷۳-۱۸۷.

میرمحمدصادقی، میلاد (۱۳۹۳). تحلیل شبکه اجتماعی با NodeX، چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاهی کیان.
مینایی پور، فرحناز؛ رحیمیان، حمید؛ طاهری، مرتضی؛ عباس پور، عباس، (۱۳۹۹). شناسایی راهبردهای آموزش کارآفرینان جوان: یک مطالعه کیفی، فصلنامه تعلیم و تربیت، ۳۶ (۱): ۴۱-۶۲.
نظری، حمید؛ جمشیدی، علیرضا؛ صیدایی، صیداسکندر (۱۳۹۹)، "واکاوی عوامل بنیادین آموزشی مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی شهرستان اردل با استفاده از تحلیل مقایسه‌ای کیفی مجموعه فازی"، پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ۱۳ (۳): ۲۶-۱۵.

- Ahmad, S. (2015). "Entrepreneurship Education in Tourism and Hospitality Programs, Political Science", *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 27(1), 20-29.
- Airey, D & Tribe, J (eds.) (2005). *An International Handbook of Tourism Education*, Oxford, Elsevier, 13-24.
- Alsos, G. A., Eide, D. & Madsen, E. L. (2014). *Handbook of research on innovation in tourism industries*. In G. A. Alsos, D. Eide, & E. L. Madsen (Eds.), *Introduction: Innovation in Tourism Industries* (pp. 1–26). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Brandes U. & Erlebach Th. (2005). *Network analysis- Methodological foundations*, Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Butkouskaya, V, Romagosa, F & Noguera, M. (2020). "Obstacles to Sustainable Entrepreneurship amongst Tourism Students: A Gender Comparison", *Sustainability*, 12(5), 1812.
- Cunha, C., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. (2020). "Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems?" *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 215–226.
- Deale, C. S. (2016). "Entrepreneurship education in hospitality and tourism: Insights from entrepreneurs", *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 16 (1), 20–39.
- Ermen, D.F. (2011). *A Framework for Tourism Destination Marketing in Network Destination Structures* (Thesis, Doctor of Philosophy). University of Otago. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10523/1751>.
- Giudici, E, Angela, D, & Federica, C. (2020). *Challenges of humanistic management education in the digital era. In Virtuous cycles in humanistic management, contributions to management science*, ed. Ricardo Aguado and Almudena Eizaguirre, 21–35. Cham: Springer Nature Switzerland.
- Herodotou, C., Rienties, B., Verdin, B., & Borooa, A. (2019). "Predictive learning analytics 'at scale': guidelines to successful implementation in higher education". *J Learn. Anal.* 6, 85–95.

- Hogan, B. (2007). *Using Information Networks to Study Social Behavior: An Appraisal*, Oxford Internet Institute: IEEE.
- Hurombo, B, Kwanisai, G & Chiedza Mutanga, N. (2022). "Zimbabwe tour guide training challenges: perspectives from tour guides in Victoria Falls", *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, DOI: 10.1080/15313220.2021.1908870.
- Ishmael-Robertson, C.A., (2018). "What are the key advances in human resource development that tourism in Guyana needs by 2025?" *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(5), 605-610.
- Jones, S.M. Bouffard, S.M.&Weissbourd, R. (2013). "Educators' social and emotional skills vital to learning", *Phi Delta Kappan*, 94 (8), 62-65.
- Jones, C. A, (2019). "Signature pedagogy for entrepreneurship education". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(2), 243-254.
- Kaufman, R & Herman, J. (1991). *Strategic Planning in Education: Rethinking, Restructuring, Revitalizing*, Technomic Pub Co, P 330.
- Kim, HJJ & Jeongb, M. (2018). "Research on hospitality and tourism education: Now and future", *Tourism Management Perspectives*, 25, 119-122.
- Ladkin, A. (2005). *Careers and employment*. In: D. Airey, & J. Tribe (Eds.), An international handbook of tourism education (pp. 437-450). UK: Elsevier.
- Lambert, C. G., & Rennie, A. E. W. (2021). "Experiences from COVID-19 and Emergency Remote Teaching for Entrepreneurship Education in Engineering Programmes". *EDUCSCI*. 11:282. doi: 10.3390/EDUCSCI11060282.
- Li, L. (2008). "A review of entrepreneurship research published in the hospitality and tourism management journals". *Tourism Management*, 29, 1013-1022.
- Lin. Y.F. (2005). "The economic observer: What kind of business education do we need?" Available online at: <http://biz.163.com/05/0508/10/1j7LRF5H00020QDS.html>.
- Luen, W, K. (2008). *Curriculum gaps in business education: a case study of stakeholders' perception*.
- Maxwell, J. (1992). "Understanding and Validity in Qualitative Research", *Harvard Educational Review*, 62(3), 279-300.
- Newman, M.E.J. (2010). *Networks an Introduction*. New York. Oxford, University Press.
- O'Brien, E & Hamburg, L (2019). "A critical review of learning approaches for entrepreneurship education in a contemporary society", *European Journal of Education*, 54(3), 525-537.
- Organization for Economic Co-operation and Development (2015). *Entrepreneurship in Education: What, Why, When, How*.

- Saarinen, T., & Ursin, J. (2012). "Dominant and emerging approaches in the study of higher education policy change". *Studies in Higher Education*, 37(2), 143-156.
- Sharma, P, Singh, R, Tamang, M, Singh, AK & Singh, AK (2020). "Journal of teaching in travel & tourism: a bibliometric analysis", *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, P 130.
- Shina, DK, (2020). *Tourism Enterprise, Entrepreneur and Entrepreneurship*, Available: <https://www.yourarticlelibrary.com/essay/tourism-enterprise-entrepreneur-and-entrepreneurship/41107>.
- Soda, G. (2016). *Social Network Analysis*. Bocconi University – Ph.D. School.
- Solvoll, S., Alsos, G. A., & Bulanova, O. (2015). "Tourism entrepreneurship–Review and future directions". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(1), 120–137.
- Varblane, U & Mets, T. (2010). *Entrepreneurship education in the higher education institutions (HEIs) of post-communist European countries*, Faculty of Economics and Business Administration, University of Tartu, Tartu, Estonia.
- Viry, G, (2017). *Social Network Analysis: Mapping and exploring the network society*, University of Edinburgh.
- WTTC (World Travel and Tourism Council). (2022). Annual Research, Oxford Economics, National Sources & UNWTO.
- Yang, B. (2021). "Research on Cultivation Path of Tourism Entrepreneurship in Colleges and Universities", Universe Scientific Publishing Pte. Ltd. *Modern Management Forum*, 5, 78-82.
- Zeng, X (2021). "Proceedings of the 2021 4th International Conference on Humanities Education and Social Sciences (ICHESS 2021)", *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211220.234>
- Zhang, SN, Li, YQ, Liu, CH & Ruan, W-Q (2020). "Critical factors identification and prediction of tourism and hospitality students' entrepreneurial intention", *Journal of Hospitality, Leisure, Sport&Tourism Education*, 26, 100-234.