

## نیازسنجی و اولویت‌بندی آموزشی و اقتصادی سرمایه‌گذاران بخش گردشگری

ابراهیم بهرامی نیا، سید روح اله وحدتی پور، سید حسین ایزدی<sup>۱</sup>

۱- استادیار گروه اقتصاد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۲- کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

### چکیده

هدف تحقیق حاضر نیازسنجی و اولویت‌بندی آموزشی و اقتصادی سرمایه‌گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد می‌باشد. داده‌های تحقیق با استفاده از روش سلسله‌مراتبی تحلیل شد. جامعه پژوهش شامل کلیه سرمایه‌گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد که بر اساس آمار اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان این تعداد به ۲۰۰ نفر می‌رسد. روش نمونه‌گیری به صورت نمونه‌گیری در دسترس می‌باشد. بر اساس یافته‌های تحقیق مهم‌ترین عوامل موثر در اولویت‌بندی آموزشی سرمایه‌گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد به ترتیب از قوی‌ترین عامل تا ضعیف‌ترین عامل عبارت‌اند از: آموزش روش‌های صحیح برقراری ارتباط با گردشگر، آموزش حذف پندارهای نادرست در مورد گردشگری، آموزش راهکارهای صحیح سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری، آموزش مبانی اقتصادی گردشگری، آموزش مستمر و متناوب جهت آموزش اصول گردشگری، ایجاد نظام آموزشی موثر و کارا به منظور شناخت نیازهای استراتژیک صنعت گردشگری، آموزش بیمه‌ای و مالیاتی بخش گردشگری، آموزش مبانی حقوقی گردشگری. مهم‌ترین عوامل موثر در اولویت‌بندی اقتصادی سرمایه‌گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد به ترتیب از قوی‌ترین عامل تا ضعیف‌ترین عامل عبارت‌اند از: درآمدزایی در بخش گردشگری ورزشی، درآمدزایی در بخش حمل و نقل و هتلینگ گردشگری، درآمدزایی در بخش توریسم درمانی، درآمدزایی در بخش صنایع دستی گردشگری، درآمدزایی در بخش تفریحی گردشگری، درآمدزایی در بخش بوم‌گردی گردشگری، درآمدزایی در بخش گردشگری فرهنگی و مذهبی، درآمدزایی در بخش گردشگری طبیعی می‌باشد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۲۴

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۳/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۰۶

### کلید واژه‌ها:

نیازسنجی  
اولویت‌بندی آموزشی  
اقتصادی  
سرمایه‌گذاران  
بخش گردشگری

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): بهرامی نیا، ابراهیم، وحدتی پور، سید روح اله، ایزدی، سید حسین. (۱۴۰۲). نیازسنجی و اولویت‌بندی آموزشی و اقتصادی سرمایه‌گذاران بخش گردشگری. دو فصلنامه رویکردهای نوین در مدیریت و بازاریابی. ۱(۲)، ۱۷۲-۱۸۵.

doi <https://doi.org/10.22034/jnamm.2023.423528.1034>



Creative Commons: CC BY 4.0



ناشر: انجمن مدیریت کسب و کار ایران

ایمیل: [vahdati1357@gmail.com](mailto:vahdati1357@gmail.com)

نویسنده مسئول: سید روح اله وحدتی پور

## ۱- مقدمه:

صنعت گردشگری امروزه در ردیف صنعت‌های پردرآمد، پاک و کم هزینه دنیا قرار دارد. در دهه‌های اخیر، گردشگری به یکی از سریع‌ترین و رو به رشدترین بخش‌های صنعتی دنیا تبدیل گردیده است (رفیعی دارانی و همکاران، ۱۳۹۹: ۵۵). بر اساس آخرین آمار این صنعت حدود ۱۰/۴ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان، ۵ درصد از کل سرمایه‌گذاری‌ها و ۷ درصد از صادرات جهان را به خود اختصاص داده است. علاوه بر این از هر ده شغل در اقتصاد جهانی یک شغل به گردشگری اختصاص دارد (رکساس و همکاران، ۲۰۲۰). کشور ایران با برخورداری از آثار بجای مانده از میراث چند هزار ساله تمدن کهن بشری و جاذبه‌های منحصر به فرد تاریخی، فرهنگی و طبیعی سالانه باعث تردد گردشگران داخلی و خارجی می‌باشد (موسایی، ۱۳۸۳). این قابلیت از جهات مختلف مورد توجه قرار می‌گیرد. بدون تردید نقش مهم صنعت گردشگری در توسعه پایدار و عبور از بحران‌های مالی، سیاسی، اقتصادی و ... در هر کشوری مورد توجه می‌باشد در این راستا کشور ما از موضوع گردشگری و توسعه این صنعت می‌تواند برای برنامه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی به ویژه در جهت تولید و اشتغال گام‌های اساسی بردارد (عزیزی، ۱۳۷۸). با رشد صنعت گردشگری، نیاز به آموزش سرمایه‌گذاران در این صنعت، اهمیت ویژه‌ای یافته است. واضح است که تنها فراوانی نیروی انسانی نمی‌تواند ضامن عملکرد خوب برای دستیابی به اهداف این بخش باشد؛ بلکه علاوه بر تعداد، میزان دانش نظری و آشنایی سرمایه‌گذاران با مهارت‌های حرفه‌ای نیز تعیین کننده است. بنابراین تدوین و اجرای استراتژی توسعه صنعت گردشگری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و آموزش مهمترین نقش را در این راستا ایفا می‌کند (رحمانی، ۱۳۹۷). در بررسی چالش‌های پیش روی ایجاد یک نظام کارآمد در بخش گردشگری ابتدا لازم است میان مشکلات ناشی از کمبود منابع یا ضعف برنامه‌ریزی در نظام مدیریتی تفکیک قائل شویم. باید توجه داشت که مشکلات روش شناختی قابل ملاحظه‌ای در تعیین نیازهای آموزشی صنعت گردشگری وجود دارد عواملی که ممکن است مانع بازده آموزش گردشگری در تحقق تقاضاهای فعلی و آتی شود. این عوامل عبارتند از: چند رشته‌ای بودن گردشگری و پیچیدگی ساختاری آن، پویایی گردشگری و رشد و تغییرات سریع آن، فقدان معیارهای استاندارد و عمومی در سطح بین الملل، عدم وجود شرایط کاری مستحکم (نوسانات فصلی کار، نیمه وقت بودن مشاغل و...)، فقدان هماهنگی لازم بین بخشهای مختلف درگیر در صنعت، عدم انطباق بروندهای آموزشی با انتظارات کارفرمایان (ضرغام، ۱۳۸۳). به منظور فائق شدن بر این موانع اتخاذ رویکرد سیستماتیک و بررسی هر چه بیشتر خرده نظام‌های تشکیل دهنده سیستم گردشگری ضروری به نظر می‌رسد. عدم آموزش سرمایه‌گذاران بدین معناست که سرمایه‌گذاران از طریق آزمون و خطا اقدام به یادگیری مهارت‌های مرتبط با صنعت گردشگری می‌نمایند که به بالا رفتن ضریب خطاهای آنها و تداوم خطاها و طولانی‌تر شدن مدت یادگیری که به معنی تداوم ضایعات است منجر خواهد شد (ابطحی، ۱۳۸۳). لذا بنگاه‌های بخش گردشگری مایلند تا از نیروهای ماهر (علی رغم هزینه بالاتر آنها) بهره گیرند. نکته دیگر عدم اعتماد بنگاه‌ها به تربیت شدگان نظام آموزش گردشگری و ناکارآمدی دانسته‌های این افراد در محیط‌های کاری است چرا که اغلب کارگزاران بخش آموزشی ارزشهای آموزش نظری را برتر می‌شمارند و در نتیجه به سرمایه‌گذاران مهارت‌های بسیار اندکی آموخته می‌شود بنابراین بسیاری از

<sup>1</sup>. Roxas ET al

سرمایه‌گذاران شایستگی‌های کمی جهت اجرای پروژه‌های گردشگری دارند و عملاً قادر نیستند آموخته‌های خود را به کار گیرند و در مواقعی به علت عدم تطابق آموزه‌ها با شرایط موجود ناگزیرند خلاف آنچه آموخته‌اند عمل نمایند (عسکری، ۱۳۷۳). یکی دیگر از مشکلات بخش آموزش گردشگری ناشی از هزینه‌های آموزشی و تأمین تجهیزات اینگونه آموزش‌ها است. امروزه در اغلب کشورهای موفق در زمینه توسعه گردشگری از هزینه‌های آموزشی با عنوان سرمایه‌گذاری بلند مدت یاد می‌شود (انچه‌ای، ۱۳۸۳) چرا که نتایج آن در بلند مدت ظاهر می‌شود اما از آنجا که هزینه‌های آموزشی (به‌ویژه در بخش خصوصی) تنها در یک دوره محاسبه شده و نتایج آن در دوره‌های بعدی مشخص می‌گردد معمولاً بنگاه‌ها تمایل چندانی در سرمایه‌گذاری در بخش آموزش‌های بلند مدت ندارند و از سال ۱۳۸۰ که سازمان ایرانگردی و جهانگردی رویکرد نظارتی را نسبت به امر آموزش اختیار کرده است (نوری، ۱۳۸۴). از طرفی انتخاب رویکرد مدیریتی مناسب برای جذب سرمایه‌گذاری بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد، از اهمیت فوق العاده زیادی برخوردار است چرا که در صورت عدم انتخاب رویکرد مناسب مدیریتی، مشکلات زیادی در جذب گردشگر و درآمدزایی حاصل از آن به وجود خواهد آمد. انتخاب روش مدیریتی مناسب برای جذب سرمایه‌گذاری بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد با توجه به دخیل بودن معیارهای متعدد و همچنین تقابل آنها با یکدیگر نیازمند استفاده از روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره است. لذا انجام تحقیق حاضر می‌تواند ضمن مشخص نمودن نیازها به اولویت‌بندی مهمترین فاکتورهای این عرصه در بخش سرمایه‌گذاری گردشگری کمک شایانی نماید.

## ۱-۲- مفهوم گردشگری

پدیده گردشگری ریشه در حرکت و جابه‌جایی دارد و تحرک بخش لاینفک زندگی انسان‌هاست. از این رو می‌توان گفت که تاریخ صنعت گردشگری شاید به قدمت فعالیت‌های نوع بشر است و فقط اشکال و اهداف آن متفاوت بوده است (حیدری، ۱۳۸۹). لغت گردشگری<sup>۱</sup> از کلمه **tour** به معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین **turn** به معنای دورزدن، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد دارد که از یونانی به اسپانیایی و فرانسه و در نهایت به انگلیسی راه یافته است (آپوستولو پولوس، ۱۳۸۴). به لحاظ مفهومی گردشگری را می‌توان بر مبنای عوامل مختلفی تعریف کرد و در بررسی آن از این تعاریف استفاده نمود ولی پیرامون این تعاریف باید این نکته را مدنظر داشت که گردشگری صرفاً یک پدیده یک بعدی نیست که در تعاریف خطی قابل بحث باشد، بلکه در برگیرنده ابعاد بسیاری در زمینه‌های گردشگری مختلفی همچون ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نظیر این‌ها می‌باشد. همچنین عوامل دیگری همچون طول مدت اقامت، وسیله سفر، مقاصد، تقاضا و نظیر اینها نیز باید در تعریف گردشگری مدنظر قرار گیرد (محللاتی، ۱۳۸۵). از بعد اجتماعی گردشگری فصل بین زندگی عادی ساکنان بومی و زندگی غیرعادی گردشگران را دربر می‌گیرد (بارنارد، ۱۹۹۶: ۵۵۲). گردشگری مجموع پدیده‌ها و ارتباط‌های ناشی از کنش متقابل میان گردشگران، سرمایه، دولت و جوامع میزبان، دانشگاه‌های جامعه و سازمان‌های غیردولتی در فرآیند جذب، حمل و نقل، پذیرایی و کنترل این گردشگران و دیگر بازدید کنندگان می‌باشد (آدریان، ۱۳۸۳). از بعد فنی و بر اساس دیدگاه سازمان جهانی گردشگری (WTO)

<sup>1</sup> tourism

گردشگری عبارت است از فعالیتهای افرادی که برای استراحت، کار و دیگر دلایل به خارج از محیط سکونت معمول خویش سفر کرده و حداکثر برای یک سال متوالی در آنجا اقامت می‌کنند (آپوستولو پولوس، ۱۳۸۴). از بعد جغرافیایی گردشگری داخلی (یا بومی) به حالتی گفته می‌شود که اشخاص مقیم یک کشور که حداکثر برای مدت ۱۲ ماه به محلی در کشور خودشان که خارج از محیط معمول زندگی آنها می‌باشد، سفر کنند و هدف اصلی آنها از این سفر انجام کاری نیست که سرانجام آن دریافت مزد از محل مورد بازدید باشد (خاکساری، ۱۳۷۷). در مقابل گردشگری خارجی (یا بین‌المللی) حالتی است که افرادی که برای حداکثر مدت ۱۲ ماه به کشوری که محل اقامت معمول آنها نیست و خارج از محیط معمول زندگی‌شان قرار دارد، سفر کنند و هدف اصلی آنها از این بازدید سرانجام‌اش دریافت مزد از کشور مورد بازدید باشد (دیبايي، ۱۳۸۱).

### ۳-پیشینه تحقیق:

چراغی و همکاران (۱۴۰۱) به شناسایی و اولویت بندی سرمایه گذاری مالی در شهرستان‌های استان مازندران با رویکرد توسعه پایدار گردشگری پرداختند. جامعه آماری تحقیق گردشگران ورودی به استان مازندران بوده است که بر اساس فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ گردشگر به عنوان حجم نمونه انتخاب گردید. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از آمار توصیفی (میانگین و توزیع فراوانی) و آماری استنباطی در محیط نرم افزار SPSS صورت گرفته است. برای اولویت بندی سرمایه گذاری در شهرستان‌های استان مازندران با رویکرد توسعه پایدار از آزمون کروسکال والیس استفاده شده است شهرستان آمل در جایگاه اول و شهرستان بابل در جایگاه دوم را کسب کردند. این رتبه بندی می‌تواند از یک سو به گردشگران برای انتخاب مقاصد گردشگری و از سوی دیگر به برنامه ریزان و گردشگران و مدیریت مرتبط در این زمینه و سرمایه گذاران گردشگری کمکی شایانی کند.

رحمانی و همکاران (۱۳۹۷) به شناسایی و اولویت بندی فرصت‌های سرمایه گذاری نوآورانه در گردشگری شهر مشهد پرداختند. بر اساس نتایج مهم ترین فرصت‌های سرمایه گذاری شهر مشهد عبارتند از: ایجاد "مراکز ارائه غذاهای سالم"، "تغذیه برای گروه‌های خاص"، "فناوری‌های نوین در آژانس‌های مسافرتی"، "ایجاد بازارهای محلی سوغات"، "ساخت پارک تفریحی ویژه‌ی مواد غذایی (دهکده مواد غذایی سالم و حلال)" و "ایجاد بازار آنلاین در صنعت هتل داری". در تحلیل پرسشنامه مربوط به کارشناسان و سرمایه گذاران "ایجاد بازار آنلاین در صنعت هتل داری" رتبه اول را دارا می‌باشد، سه مورد "مراکز ارائه غذاهای سالم"، "تغذیه برای گروه‌های خاص" و "ساخت پارک تفریحی ویژه‌ی مواد غذایی (دهکده مواد غذایی سالم و حلال)" با هم ادغام گردیده‌اند و تحت عنوان "مراکز ارائه غذاهای سالم" آورده شده‌اند که این مورد رتبه دوم را در اولویت بندی توسط کارشناسان دارا می‌باشد و "ایجاد بازار محلی سوغات" نیز رتبه سوم را به خود اختصاص داده‌اند.

مختاری و همکاران (۱۳۹۵) در مطالعه خود با عنوان «اولویت بندی سرمایه گذاری در بخش خدمات به روش تصمیم گیری تاپسیس فازی، مطالعه موردی: سازمان آ.ت» نتیجه گرفتند با توجه به کمبود منابع تولید و نیازهای جوامع به کالاها و خدمات مختلف، اولویت بندی مناسب و کارآمد در سرمایه گذاری بخش‌های مختلف اقتصادی که بخش

خدمات مالی و بیمه‌ای، اولویت نخست سرمایه‌گذاری را در بین بخش‌های خدماتی کسب نموده است. همچنین نتایج حاصل از این تحقیق در سازمان آ.ت. برای تصمیم‌گیری در حوزه‌های اقتصاد و مدیریت استفاده شده است. کریمی و زاهدی کیوان (۱۳۹۰) در مطالعه خود با عنوان «تعیین شاخص سرمایه‌گذاری اقتصادی در تخصیص بهینه تسهیلات به صنعت گردشگری در شرایط عدم قطعیت» برای ۳۰ استان و طی سال‌های (۱۳۸۰-۱۳۸۷) به این نتایج دست یافتند که استان‌های تهران، هرمزگان، مازندران، خراسان رضوی، گیلان، اصفهان، گلستان، قم، فارس و یزد به ترتیب رتبه‌های اول تا دهم را در اولویت سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری کشور دارا هستند. همچنین با در نظر گرفتن شرایط عدم قطعیت و نوسان‌های موجود در نهاده‌ها و ستاده‌ها در این صنعت، الگوی فعلی اعطا تسهیلات به صنعت توریسم در استان‌های کشور بهینه نبوده و نیاز به تعدیل در درصدها و مقادیر فعلی تخصیص اعتبارات وجود دارد.

#### ۴- اهداف تحقیق

##### هدف اصلی:

نیازسنجی و اولویت‌بندی آموزشی و اقتصادی سرمایه‌گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد

##### اهداف فرعی:

نیازسنجی آموزشی سرمایه‌گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد  
اولویت‌بندی آموزشی سرمایه‌گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد  
نیازسنجی اقتصادی سرمایه‌گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد  
اولویت‌بندی اقتصادی سرمایه‌گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد

#### ۶- روش پژوهش

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از جنبه جمع‌آوری داده‌ها از نوع توصیفی پیمایشی می‌باشد. داده‌های تحقیق با استفاده از روش سلسله‌مراتبی تحلیل شد. با توجه به عدم وجود پرسشنامه استاندارد، اقدام به طراحی پرسشنامه محقق ساخته گردید. سپس با استفاده از نظرات اساتید، صاحب نظران و متخصصین آمار، اقدام به استاندارد سازی پرسشنامه و تأیید روایی و پایایی آن شد. پس از طراحی پرسشنامه، سرمایه‌گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد به عنوان جامعه آماری انتخاب و پرسشنامه‌ها توسط آنان تکمیل خواهد شد. پس از گردآوری اطلاعات، پرسشنامه‌ها کدگذاری و داده‌ها وارد رایانه شده و با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۲۳ و روش تحلیل سلسله‌مراتبی تحلیل خواهند شد. جامعه آماری شامل کلیه سرمایه‌گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد که بر اساس آمار اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان این تعداد به ۲۰۰ نفر می‌رسد. روش نمونه‌گیری به صورت نمونه‌گیری در دسترس می‌باشد. نمونه پژوهش شامل سرمایه‌گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد که به اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان کهگیلویه و بویراحمد مراجعه حضوری نموده‌اند می‌باشند.

### ۶-۱- متغیرهای تحقیق

در این پژوهش تحلیل داده‌ها در دو بخش آموزشی و اقتصادی انجام می‌شود. در بخش آموزش گردشگران مولفه‌های مورد ارزیابی عبارت‌اند از: ایجاد نظام آموزشی مؤثر و کارا به منظور شناخت نیازهای استراتژیک صنعت گردشگری، آموزش روش‌های صحیح برقراری ارتباط با گردشگر، آموزش حذف پنداره‌های نادرست در مورد گردشگری، آموزش مبانی اقتصادی گردشگری، آموزش راهکارهای صحیح سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری، آموزش بیمه‌ای بخش گردشگری، آموزش مالیاتی بخش گردشگری، آموزش پروکراسی زدایی در بخش گردشگری و آموزش مبانی حقوقی گردشگری، «آموزش مستمر و متناوب جهت آموزش اصول گردشگری.

در بخش اقتصادی نیز مولفه‌های مورد ارزیابی عبارت‌اند از: درآمدزایی در بخش فرهنگی گردشگری، درآمدزایی در بخش گردشگری ورزشی، درآمدزایی در بخش حمل و نقل گردشگری، درآمدزایی در بخش هتلینگ گردشگری، درآمدزایی در بخش صنایع دستی گردشگری، درآمدزایی در بخش توریسم درمانی، درآمدزایی در بخش گردشگری مذهبی، درآمدزایی در بخش گردشگری طبیعی، درآمدزایی در بخش بوم‌گردی گردشگری، درآمدزایی در بخش تفریحی گردشگری.

### ۶-۲- ابزار گردآوری اطلاعات و روایی و پایایی ابزار

ابزار گردآوری داده‌ها و اطلاعات در این تحقیق میدانی، پرسشنامه می‌باشد. در این تحقیق برای بررسی تأیید روایی ابزار تحقیق از روایی صوری استفاده شد به این صورت که بر اساس نظرخواهی از اساتید، متخصصان، کارشناسان امر و تأیید نهایی استاد راهنما روایی ابزار مورد تأیید واقع شد. همچنین پایایی پرسشنامه (قابلیت اعتماد) آن با استفاده از روش اندازه‌گیری آلفای کرونباخ محاسبه شد.

جدول شماره (۱-۶) آلفای کرونباخ در پرسشنامه

آلفای کرونباخ	بعد
۰/۹۱	نمره

منبع: محاسبات نگارنده

### ۷- تجزیه و تحلیل داده‌ها

اولین قدم در فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی، ایجاد یک ساختار سلسله‌مراتبی از موضوع مورد بررسی می‌باشد که در آن اهداف، معیارها، گزینه‌ها و ارتباط بین آنها نشان داده می‌شود (عطایی، ۱۳۸۸). بعد از تعیین سطوح سلسله‌مراتبی، شامل هدف، معیارها، زیرمعیارها (در صورت وجود) و گزینه‌ها، مقایسه زوجی بین مجموعه معیارها جهت تعیین ضریب اهمیت هر یک از آنها نسبت به هدف، انجام می‌شود. در این تحقیق هدف نیازسنجی و اولویت‌بندی آموزشی و اقتصادی سرمایه‌گذاران بخش گردشگری می‌باشد. معیارها مطابق جدول (۱-۷) و گزینه‌ها شامل موارد زیر می‌باشد:

(A) رویکرد حمایتی-گردشگری انبوه

(B) رویکرد اقتصادی - صنعت محور

(C) رویکرد سیستمی (گردشگری پایدار)

(D) رویکرد مردم محور

در ادامه برای ضریب اهمیت معیارها، تجزیه و تحلیل سازگاری قضاوت‌ها نیز صورت می‌گیرد. به هنگام مقایسه زوجی - معیارها، اگر شاخص ناسازگاری کمتر از ۰/۱ باشد، ضرایب اهمیت تعیین شده مناسب است. پس از تعیین اهمیت تمام معیارها، زیرمعیارها و گزینه‌ها، مقایسه کلی گزینه‌ها نسبت به هدف انجام و نتیجه مقایسه به صورت نمودار ظاهر می‌شود.

جدول شماره (۱-۷-) معیارهای مؤثر در انتخاب رویکرد مدیریتی مورد مطالعه در بخش نیازسنجی و اولویت‌بندی

آموزشی سرمایه‌گذاران بخش گردشگری

کد	معیار
C1	آموزش مستمر و متناوب جهت آموزش اصول گردشگری
C2	ایجاد نظام آموزشی مؤثر و کارا به منظور شناخت نیازهای استراتژیک صنعت گردشگری
C3	آموزش روش‌های صحیح برقراری ارتباط با گردشگر
C4	آموزش حذف پندارهای نادرست در مورد گردشگری
C5	آموزش مبانی اقتصادی گردشگری
C6	آموزش راهکارهای صحیح سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری
C7	آموزش بیمه‌ای و مالیاتی بخش گردشگری
C8	آموزش مبانی حقوقی گردشگری

منبع: محاسبات نگارنده

برای تعیین ضریب اهمیت معیارها و زیرمعیارها، روش‌های مختلفی وجود دارد که معمول‌ترین آن‌ها، مقایسه دو دویی است. در این روش معیارها، دو به دو با یکدیگر مقایسه می‌شوند و درجه اهمیت هر یک از آنها نسبت به دیگری مشخص می‌شود. در این پژوهش برای این کار از روش استاندارد ارائه شده توسط ساعتی استفاده شده است (جدول شماره ۷-۱-).



جدول ۷-۲- معیارهای مؤثر در انتخاب رویکرد مدیریتی مورد مطالعه در بخش نیازسنجی و اولویت بندی اقتصادی سرمایه گذاران بخش گردشگری

کد	معیار
C1	درآمدزایی در بخش تفریحی گردشگری
C2	درآمدزایی در بخش بوم گردی گردشگری
C3	درآمدزایی در بخش گردشگری ورزشی
C4	درآمدزایی در بخش حمل و نقل و هتلینگ گردشگری
C5	درآمدزایی در بخش صنایع دستی گردشگری
C6	درآمدزایی در بخش توریسم درمانی
C7	درآمدزایی در بخش گردشگری فرهنگی و مذهبی
C8	درآمدزایی در بخش گردشگری طبیعی

منبع: محاسبات نگارنده

جدول ۷-۳- جدول تناسب ۹ کمیت ساعتی برای مقایسه دو دویی

ارزش	تناسب پارامتر
۱	پارامتر $C_i$ در مقایسه با پارامتر $C_j$ اهمیت یکسانی دارد.
۳	پارامتر $C_i$ در مقایسه با پارامتر $C_j$ اهمیت متوسطی دارد.
۵	پارامتر $C_i$ در مقایسه با پارامتر $C_j$ اهمیت زیادی دارد.
۷	پارامتر $C_i$ در مقایسه با پارامتر $C_j$ اهمیت نسبتاً زیادی دارد.
۹	پارامتر $C_i$ در مقایسه با پارامتر $C_j$ اهمیت خیلی زیادی دارد.
۲،۴،۶،۸	ارزش های مابین

منبع: محاسبات نگارنده

پس از تعیین ضرایب اهمیت هر یک از معیارها و همچنین ضرایب وزن گزینه‌ها بر اساس هر یک از معیارها، باید از تلفیق ضرایب اهمیت معیارها و زیرمعیارها نسبت به هدف و گزینه‌ها نسبت به هر یک از زیرمعیارها و معیارها، امتیاز نهایی هر یک از گزینه‌ها را مشخص نماییم. برای این کار از اصل ترکیب سلسله‌مراتبی ساعتی که منجر به یک بردار اولویت با در نظر گرفتن همه قضاوت‌ها در تمامی سطوح سلسله‌مراتبی می‌شود، استفاده شده است. نتایج در جداول ۷-۳ ارائه شده است.

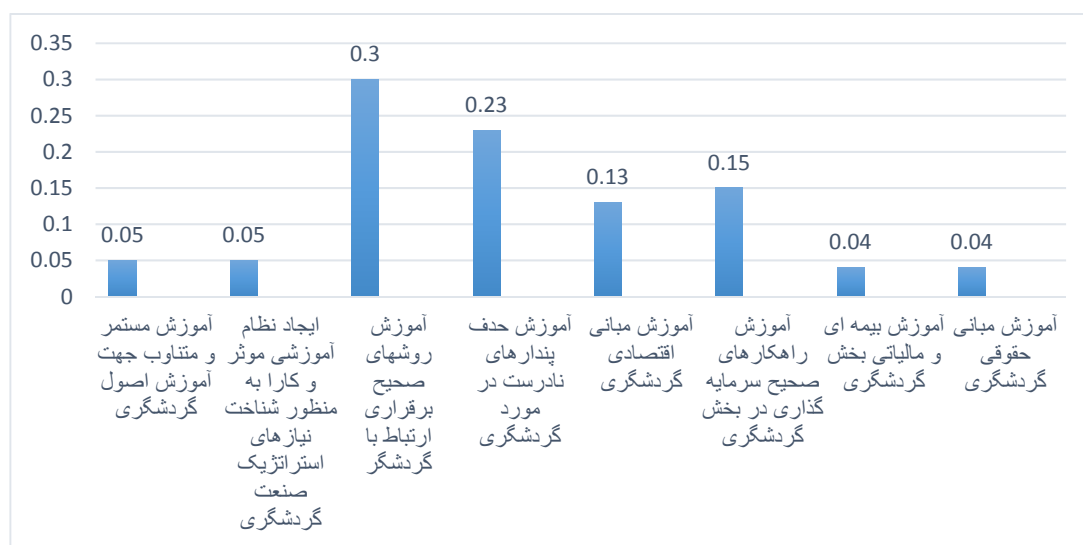
برای پاسخ به پرسش اصلی تحقیق مبنی بر اینکه «نیازسنجی و اولویت بندی آموزشی و اقتصادی سرمایه گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد شامل چه مواردی است؟» جدول زیر آورده شده است.



جدول ۷-۴- جدول تناسب کمیت‌ها برای مقایسه دو دویی

	C <sub>1</sub>	C <sub>2</sub>	C <sub>3</sub>	C <sub>4</sub>	C <sub>5</sub>	C <sub>6</sub>	C <sub>7</sub>	C <sub>8</sub>
C <sub>1</sub>	۱	۱	۱/۵	۱/۵	۱/۳	۱/۳	۳	۱
C <sub>2</sub>	۱	۱	۱/۷	۱/۵	۱/۳	۱/۳	۱	۳
C <sub>3</sub>	۵	۷	۱	۱	۳	۳	۷	۵
C <sub>4</sub>	۵	۵	۱	۱	۳	۱	۵	۳
C <sub>5</sub>	۳	۳	۱/۳	۱/۳	۱	۱	۳	۵
C <sub>6</sub>	۳	۳	۱/۳	۱	۱	۱	۵	۳
C <sub>7</sub>	۱/۳	۱	۱/۷	۱/۵	۱/۳	۱/۵	۱	۳
C <sub>8</sub>	۱	۱/۳	۱/۵	۱/۳	۱/۵	۱/۳	۱/۳	۱

منبع: محاسبات نگارنده



شکل ۷-۱- وزن نهایی (اهمیت) معیارهای مورد مطالعه (منبع: محاسبات محقق)

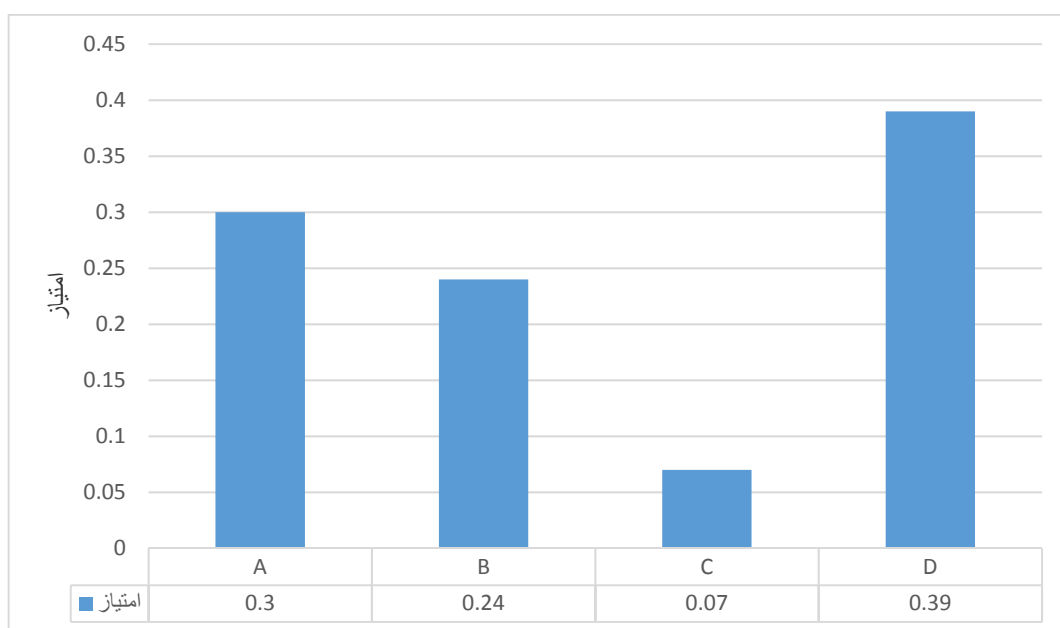
همانگونه که از نمودار فوق قابل مشاهده است مهمترین عوامل مؤثر در بررسی اولویت بندی آموزشی و اقتصادی سرمایه گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد به ترتیب از قوی ترین عامل تا ضعیف ترین عامل عبارتند از: آموزش روشهای صحیح برقراری ارتباط با گردشگر، آموزش حذف پندارهای نادرست در مورد گردشگری، آموزش راهکارهای صحیح سرمایه گذاری در بخش گردشگری، آموزش مبانی اقتصادی گردشگری، آموزش مستمر و متناوب جهت آموزش اصول گردشگری، ایجاد نظام آموزشی مؤثر و کارا به منظور شناخت نیازهای استراتژیک صنعت گردشگری، آموزش بیمه ای و مالیاتی بخش گردشگری، آموزش مبانی حقوقی گردشگری می باشد.

جدول ۷-۵- بررسی رتبه نگرش‌های مدیریتی در خصوص انتخاب بهترین رویکرد برای مدیریت سرمایه‌گذاری بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد

گزینه‌ها	امتیاز	عنوان روش	ترتیب نهایی	عنوان روش
A	۰/۳۰	رویکرد حمایتی- گردشگری انبوه	D	رویکرد مردم محور
B	۰/۰۷	رویکرد اقتصادی- صنعت محور	A	رویکرد حمایتی- گردشگری انبوه
C	۰/۲۴	رویکرد سیستمی (گردشگری پایدار)	B	رویکرد اقتصادی- صنعت محور
D	۰/۳۹	رویکرد مردم محور	C	رویکرد سیستمی (گردشگری پایدار)

منبع: محاسبات نگارنده

جدول ۷-۵- در خصوص بررسی رتبه نگرش‌های مدیریتی در خصوص انتخاب بهترین رویکرد برای مدیریت سرمایه‌گذاری بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد نشان می‌دهد در مجموع از میان هشت مؤلفه مورد بررسی و ۴ رویکرد مدیریتی، رویکرد مردم محور بالاترین وزن و امتیاز را به خود اختصاص داده است. پس از آن رویکرد حمایتی- گردشگری انبوه بیشترین وزن و امتیاز را دارا است. سپس رویکرد اقتصادی- صنعت محور و در پایان نیز رویکرد سیستمی (گردشگری پایدار) توانسته بیشترین وزن را کسب نماید.



شکل ۷-۲- محاسبه وزن نهایی انتخاب بهترین رویکرد

همانطور که در شکل ۷-۲ مشخص می‌باشد رویکرد رویکرد مردم محور (گزینه D) دارای بیشترین وزن می‌باشد. لذا مناسب‌ترین گزینه (بهترین رویکرد) برای مدیریت سرمایه‌گذاری بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد خواهد بود. بعد از روش رویکرد مردم محور به ترتیب رویکردهای رویکرد حمایتی-گردشگری انبوه (A)، رویکرد اقتصادی-صنعت محور (B) و در نهایت رویکرد رویکرد سیستمی (گردشگری پایدار) (C) از نظر مطلوبیت مدیریت سرمایه‌گذاری بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد رتبه بندی شدند.

## ۸- نتایج و پیشنهادات

بر اساس یافته‌های تحقیق مهمترین عوامل مؤثر در اولویت‌بندی آموزشی سرمایه‌گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد به ترتیب از قوی‌ترین عامل تا ضعیف‌ترین عامل عبارت‌اند از: آموزش روش‌های صحیح برقراری ارتباط با گردشگر، آموزش حذف پندارهای نادرست در مورد گردشگری، آموزش راهکارهای صحیح سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری، آموزش مبانی اقتصادی گردشگری، آموزش مستمر و متناوب جهت آموزش اصول گردشگری، ایجاد نظام آموزشی مؤثر و کارا به منظور شناخت نیازهای استراتژیک صنعت گردشگری، آموزش بیمه‌ای و مالیاتی بخش گردشگری، آموزش مبانی حقوقی گردشگری می‌باشد مهمترین عوامل مؤثر در اولویت‌بندی اقتصادی سرمایه‌گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد به ترتیب از قوی‌ترین عامل تا ضعیف‌ترین عامل عبارت‌اند از: درآمدزایی در بخش گردشگری ورزشی، درآمدزایی در بخش حمل و نقل و هتلینگ گردشگری، درآمدزایی در بخش توریسم درمانی، درآمدزایی در بخش صنایع دستی گردشگری، درآمدزایی در بخش تفریحی گردشگری، درآمدزایی در بخش بوم‌گردی گردشگری، درآمدزایی در بخش گردشگری فرهنگی و مذهبی، درآمدزایی در بخش گردشگری طبیعی. بر اساس یافته‌های تحقیق رویکرد رویکرد مردم محور (گزینه D) دارای

بیشترین وزن گردید لذا مناسب‌ترین گزینه (بهترین رویکرد) برای مهمترین عوامل مؤثر در اولویت‌بندی آموزشی سرمایه‌گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد خواهد بود. بعد از روش رویکرد مردم محور به ترتیب رویکردهای رویکرد حمایتی-گردشگری انبوه (A)، رویکرد اقتصادی-صنعت محور (B) و در نهایت رویکرد رویکرد سیستمی (گردشگری پایدار) (C) از نظر مطلوبیت مهمترین عوامل مؤثر در اولویت‌بندی آموزشی سرمایه‌گذاران بخش گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد رتبه بندی می‌شوند.

بر اساس نتایج حاصل از این پژوهش در راستای تحقق اهداف از پیش تعیین شده دولت می‌بایست وظایف کلان را که اجرای آن از عهده بخش‌های دیگر خارج می‌باشد بر عهده گیرد. لذا دولت در این راستا باید:

۱. برنامه‌ها و دوره‌های آموزشی، سطوح سرپرستی و مدیریت را ایجاد کند و آموزش دهد.
۲. در زمینه روند استخدام نیروی انسانی و نیازهای آموزشی تحقیقات کند و منبعی برای دستگاه دولتی متولی امور گردشگری باشد و در امر به روز کردن منابع انسانی کمک کند.
۳. کتابخانه‌های مجهز به مراکز اسناد و سایت را فراهم کند.
۴. در طراحی و توسعه استانداردهای مهارت‌های حرفه‌ای و برنامه‌های آموزش عملی و طراحی یک سیستم آزمون شغلی و صدور گواهینامه آن منبع مطمئنی ایجاد کند.
۵. به عنوان مرکز مادر در حوزه‌های تخصصی خاص توسعه گردشگری عمل کند.
۶. و بخش خصوصی باید ضمن اجرای دوره‌های کوتاه مدت آموزشی به صورت دوره‌ای مطابق با مطالعات نیازسنجی انجام شده در راستای تحقق اهداف کلان آموزشی گام بردارد. بنگاه‌های بخش گردشگری باید استراتژی منابع انسانی را در تدوین برنامه‌های اجرایی خود مد نظر قرار دهند و ضمن الزام طی کردن دوره‌های آموزشی برای افراد جدیدالورود، آموزش ضمن خدمت برای کارکنان شاغل را در دستور کار خود قرار دهند تا بدین طریق از جابه جایی و خروج کارکنان از صنعت بکاهند.

#### منابع:

- رحمانی، فاطمه (۱۳۹۷)، شناسایی و اولویت‌بندی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در گردشگری شهر مشهد، سازمان گردشگری استان خراسان رضوی، طرح تحقیقاتی.
- رفیعی دارانی، هادی؛ رهنما، علی و استادفرد، آزاده. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر فضای سرمایه‌گذاری بر درآمد گردشگری در کشورهای منتخب خاورمیانه. جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، ۱۸(۲): ۵۵-۸۶.
- سالارزهی حبیب‌الله؛ میرزاده، آرمینا (۱۳۹۴)، شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری در منطقه آزاد تجاری صنعتی چابهار با رویکرد ترکیبی SWOT-AHP، منبع: پژوهش‌های مدیریت عمومی سال هشتم، شماره ۳۰.
- ابطحی، سید محمد (۱۳۸۳)، آموزش و به‌سازی سرمایه‌های انسانی، تهران: موسسه فرهنگی کتاب لاینز.
- آنچه‌ای، امیرحسین (۱۳۸۳)، بررسی راهکارهای توسعه گردشگری در کشورهای مالزی، ترکیه و تونس و ارائه راهکارهای مناسب برای ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.

آپوستولو پولوس، یورکوس (۱۳۸۴)، جامعه شناسی گردشگری، ترجمه و اقتباس دکتر بیژن شفیعی، رشت: انتشارات وارسته.

چراغی، مهدی؛ اجزائی شکوهی، محمدو الهی چورن، محمد علی. (۱۴۰۱). اولویت بندی سرمایه گذاری مالی در شهرستان‌های استان مازندران با رویکرد توسعه پایدار گردشگری. برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۱۱(۴۳). خاکساری، علی (۱۳۸۷)، مدیریت و اقتصاد حمل و نقل و صنعت جهانگردی، موسسه آموزش، مطالعات و مشاوره سیاحتی.

صباغی کرمانی، مجید (۱۳۷۹). صنعت جهانگردی در ایران، تخمین عرضه و تقاضای جهانگردی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

ضرغام، حمید (۱۳۸۳)، مسیرشغلی و ضرورت آموزش نیروی انسانی در صنعت هتل‌داری و جهانگردی، فصلنامه مطالعات جهانگردی، سال ۲، شماره ۶.

غفاری، هادی؛ مولایی محمد علی (۱۳۸۸)، مقاله «صنعت توریسم در ایران: چالش‌ها و راهکارها»، مدیریت توریسم، شماره ۱۸۶-۱۸۵.

کریمی و زاهدی کیوان (۱۳۹۰) تعیین شاخص سرمایه گذاری اقتصادی در تخصیص بهینه تسهیلات به صنعت گردشگری در شرایط عدم قطعیت، پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، دوره ۱۹، شماره ۵۹ صص ۱۵۱-۱۷۳.

لاندبرگ، دافلند (۱۳۸۳)، اقتصاد گردشگری، ترجمه محمدرضا فرزین، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی وابسته به موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.

مختاری مرتضی، طیبی سید کمیل، میر محمد صادقی جواد (۱۳۹۵). اولویت‌بندی سرمایه‌گذاری در بخش خدمات به روش تصمیم‌گیری تاپسیس فازی، مطالعه موردی: سازمان آ.ت.. پژوهش‌های رشد و توسعه پایدار (پژوهش‌های اقتصادی). شماره ۱۶ (۱): ۱۲۱-۱۴۰.

موسایی، میثم (۱۳۸۳)، تخمین تقاضای گردشگری در ایران، فصلنامه علمی- پژوهشی پژوهشنامه بازرگانی، تهران: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی وزارت بازرگانی.

Azadeh, A.; Osanloo, M. & Ataei, M. (2010). A new approach to mining method selection based on modifying the Nicholas technique, *Applied Soft Computing*, V 10, I 4, 1040-1061.

Roxas, F. M. Y., Rivera, J. P. R., & Gutierrez, E. L. M. (2020). Framework for creating sustainable tourism using systems thinking. *Current Issues in Tourism*, 23(3), 280-296.

Saaty, T. L. (2001). *Decision making for leader*, RWS Publication.

Van Delft, A., & Nijkamp P. (1976). A multi-objective decision model for regional development, environmental quality control and industrial land use. *Papers in Regional Science*. 36. No. 1. 35-57.

Yun, Q.X. & Huang, G.Q. (1987). A fuzzy set approach to the selection of mining method, *Mining Science and Technology*, V.6, I.1, 9-16.

# Educational and economic needs assessment and prioritization of tourism sector investors

**Ebrahim Bahraminia<sup>1</sup>, Seyyed Ruhollah Vahdati pur<sup>2</sup>, Seyed Hossein Yazidi<sup>1</sup>**

1- Assistant Professor, Department of Economics, Payam Noor University, Tehran, Iran

2- Masters degree, Payam Noor University, Tehran, Iran.

**Receive:**

13 April 2023

**Revise:**

06 June 2023

**Accept:**

28 July 2023

**Abstract**

The purpose of this research is to assess the educational and economic needs of investors in the tourism sector in Kohgiluyeh and Boyer Ahmad provinces. Research data were analyzed using the hierarchical method. The research community includes all the investors of the tourism sector in Kohgiluyeh and Boyer Ahmad provinces, which according to the statistics of the General Directorate of Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts of the province, this number reaches 200 people. The sampling method is available in the form of sampling. According to the findings of the research, the most important effective factors in prioritizing the education of investors in the tourism sector in Kohgiluyeh and Boyer Ahmad provinces, from the strongest factor to the weakest factor, are: training in the correct methods of communicating with tourists, training in removing misconceptions about tourism, teaching the correct investment solutions in the tourism sector, teaching the economic basics of tourism, continuous and intermittent training to teach the principles of tourism, creating an effective and efficient educational system in order to understand the strategic needs of the tourism industry, insurance and tax training in the tourism sector, teaching the legal basics of tourism. The most important effective factors in the economic prioritization of tourism sector investors in Kohgiluyeh and Boyer Ahmad provinces, from the strongest factor to the weakest factor, are: income generation in the sports tourism sector, income generation in the transportation and hotel tourism sector, income generation in the tourism sector Therapy, income generation in tourism handicraft sector, income generation in tourism recreation sector, income generation in tourism ecotourism sector, income generation in cultural and religious tourism sector, income generation in natural tourism sector.

**Keywords**

Need assessment  
educational  
economic  
investors  
tourism sector  
prioritization

**Please cite this article as (APA):** Bahraminia, E., Vahdati pur, S. R., & Yazidi, S. H. (2023). Educational and economic needs assessment and prioritization of tourism sector investors. *New Approaches in Management and Marketing*, 2(1), 172-185.



<https://doi.org/10.22034/jnamm.2023.395642.1009>



**Publisher:** Iranian Business Management Association

**Creative Commons:** CC BY 4.0



**Corresponding Author:** eyyed Ruhollah Vahdati pur

**Email:** vahdati1357@gmail.com