

مقایسه وضعیت موجود و مطلوب صنعت گردشگری در ایران و نقش آن در توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی در کشور

حمیدرضا خانبور^۱، الهه فرّخ پور^{۲*}، فاطمه فرّخ پور^۳

۱- مدیر کل آموزش فنی و حرفه ای استان تهران

۲- کارشناسی ارشد برنامه ریزی درسی، مشاور پژوهشی و کارشناس ارشد برنامه ریزی اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای

۳- کارشناس ارشد سازمان مرکزی دانشگاه پیام نور- کارشناسی ارشد سنجش و اندازه گیری

چکیده:

با توجه به این که توسعه صنعت گردشگری می‌تواند نقش زیادی در اشتغال و توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی داشته باشد لذا مقاله حاضر با هدف مقایسه وضعیت موجود و مطلوب صنعت گردشگری در ایران و نقش آن در توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی در کشور و بررسی زیر ساخت‌های لازم جهت توسعه این صنعت تهیه شده است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف از نوع کاربردی و رویکرد آن کمی و کیفی می‌باشد. روش تحقیق و تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش از طریق آمار توصیفی و همچنین آمار استنباطی: آزمون t و ضریب همبستگی پیرسون و جهت اولویت بندی زیر ساخت‌ها از آزمون فریدمن بررسی‌های مربوطه انجام شده است. جامعه آماری، کارشناسان و متخصصین دست‌اندر کار سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری می‌باشند. نتایج حاصله حاکی از این است که بین زیر ساخت‌ها رابطه معنا داری وجود دارد که با یکدیگر، هم جهت می‌باشند و از طریق آزمون فریدمن بین زیر ساخت‌ها تفاوت وجود دارد و زیر ساخت مهارتی بیشترین اهمیت و زیر ساخت اقتصادی کمترین اهمیت را دارا می‌باشند.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، مهارت، کارآفرینی، آموزش، اقتصاد، الکترونیک

۱- مقدمه:

صنعت گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و پویاترین بخش‌های درآمد خارجی کشورها محسوب می‌شود و به سرعت در حال رشد است. اغلب کشورهای جهان با بهره‌گیری از تجربه‌های موفق و مدیریت کشورهای دیگر سعی می‌کنند تا به جایگاه مطلوبی در این عرصه برسند. از صنعت گردشگری همیشه در جایگاه عاملی برای رشد و شکوفایی اقتصادی یک کشور یاد شده است. گردشگری یکی از منابع عمده درآمدزایی و ایجاد اشتغال در جهان به شمار می‌آید به طوری که بسیاری، از آن به عنوان صنعت اول دنیا یاد می‌کنند. بسیاری از کشورها همچون اسپانیا، فرانسه و ایتالیا بخش اعظمی از درآمد ارزی خود را از طریق گردشگری به دست می‌آورند.

روند توسعه گردشگری در چهارچوب اقتصاد سرمایه داری با افزایش نوآوری‌های تکنولوژیکی و مدیریتی همراه با سیر تحول اجتماعی ناشی از آن‌ها، در میل به مصرف اوقات فراغت بیشتر ابعاد دیگری به خود گرفت.

بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند تا زمانی که در کشور درآمدهای نفتی وجود دارد، سهم درآمد عظیم گردشگری نادیده گرفته شده و به آن توجه جدی نمی‌شود. در کشور ما نفت با ساختارهای اقتصادی عجین شده و این نقشی است که در حوزه گردشگری شاهد آن هستیم.

هر چند که طبق جدول دسته بندی کشورها از نظر پذیرش گردشگر و اخذ درآمد، ایران همواره رتبه ۷۹ را داشته و از نظر هزینه گردشگر در ردیف های بالای ۴۰ بوده و سهم آن از گردشگری جهان تنها یک دهم درصد بوده است. در گزارش سازمان جهانی شورای سفر در بین ۱۸۱ کشور تولید ناخالص داخلی حاصل از گردشگری کشور از نظر اندازه خالص در رتبه ۳۰، نسبت به اقتصاد ملی در رتبه ۹۶ و از نظر رشد اقتصادی در رتبه ۱۳۵ قرار گرفته ایم. محمد علی نجفی رئیس سازمان میراث فرهنگی: ایران در گردشگری تاریخی دارای رتبه دهم، در گردشگری طبیعی دارای رتبه پنجم و در گردشگری زیارتی نیز دارای رتبه بسیار بالایی است.

ایران در میان کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در سال های ۲۰۰۱ - ۲۰۰۰ به لحاظ تعداد گردشگر ورودی رتبه سیزدهم و به لحاظ در آمد حاصل از ورود جهانگردان رتبه دهم را دارا بوده است (سازمان ایرانگردی و جهانگردی، ۱۳۷۸، ۱۳).

پس باید سعی بر این باشد که ایران از طریق توسعه صنعت گردشگری و ورود گردشگران بین المللی بتواند در سال‌های آتی با استفاده از فرصت‌ها و قابلیت‌های موجود، ارقام و شاخص‌های

آماري مربوط به اشتغال و درآمد ناخالص ملي را افزایش داده و در ردیف کشورهای پیشرفته در این صنعت قرار گیرد.

آمار اعلام شده از سوی سازمان جهانی گردشگری نشان دهنده رتبه بسیار پائین کشورمان در میان اعضای این سازمان است. با توجه به اینکه ایران از لحاظ محصولات گردشگری و منابع در ایران، جزء ده کشور برتر جهان می باشد. این رتبه پایین شایسته کشورمان نمی باشد همانطور که درآمدهای حاصل از این صنعت، آمار بسیار اندکی را نشان می دهد.

۲- بیان مسئله:

در حال حاضر ۱۵۷ کشور، منطقه و بیش از ۳۰۰ عضو وابسته، به نمایندگی بخش خصوصی، موسسات آموزشی، شرکت‌های جهانگردی و مراجع صلاحیت‌دار محلی در این سازمان عضو هستند. اعمال مستقیمی که از تلاش‌های دفتر مرکزی این سازمان در مادرید است. سازمان جهانی گردشگری موظف به اجرای اهداف توسعه هزاره، کاهش فقر و گسترش توسعه پایدار است.

گردشگری یک بخش کلیدی برای کشورهای کمتر توسعه یافته با توجه به توان بالقوه آن در کاهش فقر، ایجاد اشتغال، به ویژه برای زنان و جوانان، و ایجاد ارتباط با سایر بخش‌های تولیدی از جمله کشاورزی، صنایع دستی و صنایع خلاق است.

امسال یعنی سال ۲۰۱۳ میلادی هم سازمان جهانی گردشگری مالدیو را با توجه به شعار انتخاب شده برای روز جهانی گردشگری سال ۲۰۱۳ که «گردشگری و آب: محافظت از آینده مشترکمان» است، انتخاب کرده بدون در نظر گرفتن علت انتخاب این شعار از سوی سازمان جهانی گردشگری در میابیم که بسیاری از کشورهای گردشگر پذیر نیز با توجه به انتخاب این شعار از سوی سازمان جهانی گردشگری سعی دارند جاذبه‌های آبی خود را به جهان معرفی کنند و آنهایی هم که از این جاذبه محروم هستند با تمام تلاش سعی کرده اند با استفاده از تاریخ و تمدن خود نظر گردشگران را جلب کنند. اما ایران هر دو پتانسیل یعنی هم جاذبه‌های دریایی و هم جاذبه‌های تاریخی را کنار هم دارد.

لاند برگ معتقد است که مطابق نظر سازمان جهانی گردشگری که وابسته به سازمان ملل است، گردشگری بزرگترین صنعت فعال در جهان است (برگ، ۱۳۸۳، ۳).

در صنعت گردشگری بخش دولتی و خصوصی به همراه هم می توانند به نتایج مطلوب برسند و

هر یک به تنهایی فقط قسمتی از چرخ های این صنعت را به گردش در می آورند و در صورت نادیده گرفتن هر یک از این دو بخش قطعا به بازده مثبت و شکوفائی در این صنعت نخواهیم رسید و حتی بهره برداری ناپایدار از عرصه های طبیعی می تواند نابودی منابع طبیعی را به همراه داشته باشد و هزینه های جبران ناپذیری را به کشور تحمیل نماید.

نباید فراموش کرد که هر جا گردشگری به طور اتفاقی و بدون وجود برنامه ریزی و استراتژی مشخص توسعه یابد، مشکلات زیست محیطی و اجتماعی متعددی ظهور پیدا کرده و در دراز مدت مشکلات گردشگری بیشتر از فواید آن می شود (رکن الدین افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵، ۳).

با توجه به اینکه مهارت های مختلفی از طریق سازمان آموزش فنی و حرفه ای آموزش داده می شود می تواند سهم مهمی در صنعت توریسم داشته باشد و همچنین از طریق این سازمان از طرح های کارآفرینی حمایت می شود لذا در این تحقیق در نظر گرفته شده با بررسی زیر ساخت های گردشگری این سازمان راه کارهای مناسبی جهت توسعه صنعت توریسم در کشور در نظر گیرد.

امروزه مهارت های مختلف روز دنیا از جمله آموزش های کامپیوتر، صنایع دستی، هتلداری و کارآفرینی در گردشگری اهمیت زیادی پیدا کرده است. نقش کارآفرینان گردشگری برای توسعه نواحی مختلف جاذب گردشگر می تواند بسیار حیاتی باشد. آموزش و ترویج فرآیند کارآفرینی سیاستی است که به طور مستقیم در کمیت و کیفیت عرضه در یک جامعه اثر می گذارد. در واقع با اجرای این سیاست همواره می توان به اهداف گوناگونی مانند شناخت فرصت ها و چگونگی بهره برداری از آنها، روشهای جدید علمی - مدیریتی و بازرگانی جامه عمل پوشید (زرنگار، ۱۳۸۱).

۲-۱- تاریخچه گردشگری:

با وجودی که توجه بسیار ممالک جهان به توسعه صنعت گردشگری و استفاده از آن به عنوان یکی از مهمترین منابع ایجاد اشتغال و درآمد از بخش خدمات، یک سیاست استراتژیک اقتصادی تلقی می شود، اما این صنعت در کشور ما جایگاه و موقعیت لازم را در سیاستهای کلان ملی بدست نیاورده است و آمار رسمی حکایت از آن دارد که در سالهای گذشته توجهی شایسته به آن نشده است.

بدین دلیل تعداد جهانگردان ورودی و درآمد ناشی از آن به هیچ وجه، حتی با کشور های کوچکی که شرایط مشابهی با ما ندارند نیز قابل مقایسه نیست (سازمان ایرانگردی و جهانگردی، ۱۳۷۸، ۱).

سیاحت و گردشگری بعنوان فعالیتی فرهنگی و اقتصادی در جوامع مختلف از دیرباز شناخته شده است. قدیمی ترین اشکال گردشگری که در اروپا رایج بوده، مسافرت های اشراف و شاهزاده های جوان بوده که به منظور آشنائی با شیوه های مختلف حکومت و زندگی مردم به نقاط مختلف صورت گرفته است که جزئی از برنامه های سستی آموزش و پرورش آنها بوده است. (رهنمائی، ۱۳۷۹، ص ۴۳).

جهانگردی به دو صورت مستقیم و غیر مستقیم روی اقتصاد یک کشور تأثیر می گذارد.

(۱) مستقیم: ارزیابی که جهانگردان هنگام اقامت در کشور دیگر صرف پرداخت هزینه های مختلف می کنند.

(۲) غیر مستقیم: باز پرداخت هایی که برای عزیمت از آن کشور به کشور دیگر به عمل می آورند که یکی از منابع مهم تأمین ارزهای خارجی برای یک کشور در حال توسعه بشمار می رود.

هزینه های آموزش، پژوهش و اداری برای توسعه صنعت جهانگردی، هم جنبه مخارج مصرفی دارد و هم جنبه سرمایه گذاری تولیدی، که حاصل و بهره آن در آینده آشکار خواهد شد.

۲-۲- مفاهیم و واژگان

۲-۲-۱- جهانگردی:

جهانگردی " به عمل فردی که به مسافرت می رود و در آن مکان که خارج از محیط زندگی وی است برای مدتی کمتر از یک سال جهت تفریح، تجارت و دیگر هدفها اقامت نماید"، گفته می شود.

همواره صنعت جهانگردی عاملی برای پیشرفت وضع اقتصادی بوده است و از آنجا که این صنعت متکی به ارائه خدمات است، می تواند موجب افزایش اشتغال و درآمد شود (پارسائیان و اعرابی، ۱۳۷۷، ۲۹۶).

۲-۲-۲- گردشگری:

فعالیت های افرادی است 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 می کنند. ریشتر^۱ معتقد است که جهانگردی بزرگترین و پررونق ترین صنعت جهان است، انتظار می رود که در قرن بیست و یکم نیز این صنعت پیشتاز بوده و سیر صعودی آن ادامه یابد. جهانگردی یک قدرت اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی بزرگ و البته پدیده ای بسیار سیاسی است (ریشتر، ۱۹۸۹، ۲).

مسئله اساسی در این پژوهش، آن است که روشن شود با توجه به این که سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور و سازمان گردشگری و میراث فرهنگی، بخشی از نیازهای آموزشی و فنی و حرفه ای را در جامعه فراهم می سازند، این سؤال وجود دارد که توسعه فرهنگ کارآفرینی از طریق صنعت گردشگری تا چه اندازه قابل تحقق می باشد. از این رو مسئله اصلی پژوهش حاضر، مقایسه وضعیت موجود و مطلوب صنعت گردشگری در ایران و نقش آن در توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی در کشور می باشد.

اگر تنها آثار و منافع مستقیم حاصل از صنعت گردشگری را به حساب آوریم، حدود ۶ درصد تولید ناخالص داخلی^۲ جهان و یک شغل از هر ۱۵ شغل متعلق به این صنعت خواهد شد، ولی اگر آثار و منافع غیر مستقیم نیز مورد بررسی قرار گیرد، حدود ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی و یک شغل از هر ۹ شغل متعلق به این صنعت می گردد (انجمن جهانی مسافرت و جهانگردی، ۱۹۹۳، ۱۲).

۳- سؤال های پژوهش:

- ۱) صنعت گردشگری چه زیر ساخت های اقتصادی لازم دارد؟
- ۲) صنعت گردشگری چه زیر ساخت های آموزشی لازم دارد؟
- ۳) صنعت گردشگری چه زیر ساخت های مهارتی لازم دارد؟
- ۴) صنعت گردشگری چه زیر ساخت های الکترونیکی لازم دارد؟
- ۵) چگونه صنعت گردشگری می تواند به توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی در کشور بیانجامد؟
- ۶) صنعت گردشگری دارای چه ویژگی هایی است؟

۴- هدف پژوهش:

1 Richter,L.K

2 GDP(Gross domestic production)

هدف از این پژوهش این است که: مشخص گردد کدامیک از زیر ساختهای اقتصادی، آموزشی، مهارتی، الکترونیکی در توسعه صنعت گردشگری موثر است و می‌تواند باعث توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی در کشور گردد و ویژگی‌های این صنعت نیز مشخص گردد.

۵- روش شناسی

پژوهش حاضر از لحاظ هدف از نوع کاربردی و رویکرد آن کمی و کیفی می‌باشد. روش تحقیق و تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش از نوع روش تحلیلی SWOT (Strengths Weaknesses Opportunities Threats) (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات) می‌باشد. جامعه آماری، کارشناسان و متخصصین دست‌اندرکار سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری می‌باشند. از این رو تعداد این کارشناسان در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری ۱۰۲ نفر و مقدار این کارشناسان در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور ۷۱ نفر می‌باشند، لذا جمع کل جامعه آماری ۱۷۳ نفر می‌شود که با توجه به فرمول عمومی کوکران و جدول عمومی مورگان حجم نمونه بدست آمده ۱۲۰ نفر می‌باشد و راهکار اجرایی پژوهش، مصاحبه و پرسشنامه‌اشد.

۶- یافته‌ها

صنعت گردشگری یکی از بزرگترین و پردرآمدترین فعالیتهای اقتصادی جهان و منبع درآمدزایی و ایجاد اشتغال است.

گردشگری تنها صنعتی است که برای همه طیفهای اجتماعی و تخصصی، از محروم‌ترین اقشار تا مدیران درجه یک هتل‌ها و سرمایه‌گذاران ایجاد اشتغال و درآمد می‌کند.

تسهیلات زیرساختی کارآمد برای کاهش قیمت‌ها، مطمئن ساختن موجودی صادرات و به دنبال آن بهبود عملکرد صادراتی ضروری است. زیرساخت‌های ضعیف منجر به بالا رفتن هزینه‌ها و صدمه زدن به صادرات می‌شود (sharma,2003).

قابلیت‌های عمده صنعت گردشگری مانند: گسترش انواع خدمات، ایجاد فرصت‌های شغلی، توسعه زیرساخت‌ها (که در نهایت توسعه انسانی را به همراه می‌آورد) از عمده دلایلی است که باید به آن اهتمام ویژه‌ای داشت.

بنا بر آمار سازمان جهانی جهانگردی (جدول شماره ۱)، سهم گردشگری در درآمد ناخالص ملی ایران در سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۴ میلادی بسیار ناچیز و به ترتیب معادل ۰/۴، ۰/۹، ۰/۵ در

صد گزارش شده است.

جدول شماره (۱): سهم جهانگردی در درآمد ناخالص ملی ایران (سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۴)
(آمار سازمان جهانی جهانگردی، ۲۰۰۵، ۹۱)

سال	۲۰۰۴	۲۰۰۳	۲۰۰۲	۲۰۰۱
سهم (درصد)	۰/۵	۰/۹	۱/۴	۱

۶-۱-۱- یافته‌های توصیفی

لازم به توضیح است که نتایج تحقیق در دو بخش توصیفی و استنباطی تنظیم شد. که در قسمت نتایج توصیفی به خلاصه کردن اطلاعات در قالب جداول توزیع فراوانی، نمایش نمودارها و شاخص‌های آماری آمده است و در قسمت یافته‌های استنباطی به کمک آزمونهای آماری به بررسی ارتباط بین متغیرها و مقایسه بین آنها پرداخته شده است:

۶-۱-۱-۱- بررسی شاخص‌های تحقیق

در این مبحث به بررسی وضعیت پاسخگویان در ارتباط با هر یک از شاخص‌ها و سوالات سازنده پرداخته شده است.

لازم به توضیح است که برای ساختن هر یک از شاخص‌ها ابتدا با استفاده از دستور *Compute* گویه‌ها با یکدیگر ترکیب شدند. ذیلاً وضعیت پاسخگویان در ارتباط با شاخصهای تحقیق به همراه گویه‌های سازنده آنها در دو وضعیت موجود و مطلوب مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته است.

۶-۱-۲- تحلیل سؤال‌ها:

از طریق مصاحبه و پرسشنامه و با روش تحلیلی، ۶ عامل موثر مورد بحث قرار گرفته‌اند که نتایج آن به شرح ذیل می‌باشد:

۶-۱-۲-۱- تحلیل سؤال ۱: صنعت گردشگری چه زیر ساخت‌های اقتصادی لازم دارد؟

در ابتدا نتایج حاصل از سنجش زیرساخت‌های اقتصادی لازم برای صنعت گردشگری آورده شده است و در ادامه به بررسی گویه‌های سازنده آن پرداخته می‌شود.

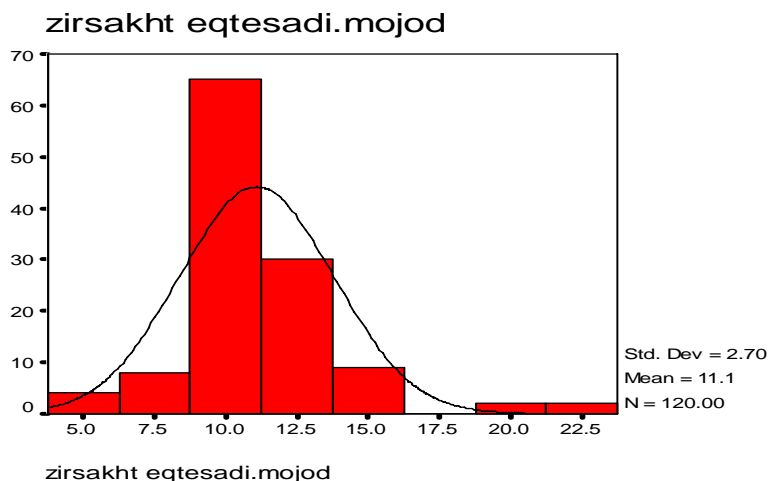
وضعیت موجود: با توجه به دامنه تغییرات و شاخص‌های آماری شاخص مذکور می‌توان گفت، زیرساخت‌های اقتصادی لازم در صنعت گردشگری در حد پائینی می‌باشد

وضعیت مطلوب: شاخص‌های آماری شاخص حاکی از این است که، پاسخگویان اظهار داشته‌اند، اهمیت زیرساخت‌های اقتصادی لازم در صنعت گردشگری در حد بالایی می‌باشد

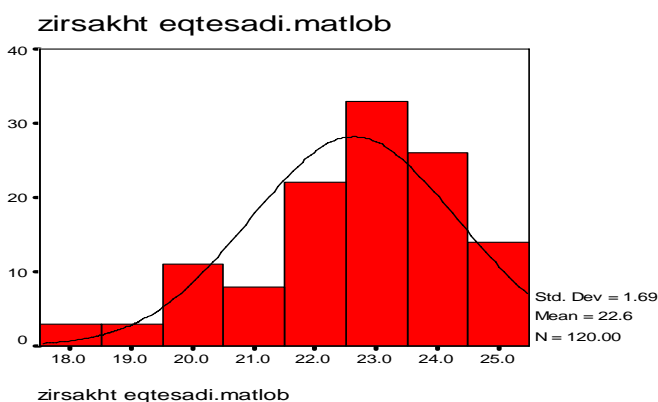
جدول شماره (۳): شاخص‌های آماری زیرساخت‌های اقتصادی لازم برای صنعت گردشگری

وضعیت مطلوب	وضعیت موجود	شاخص‌های آماری
۲۲,۶۳	۱۱,۱۰	میانگین
۱,۶۹	۲,۷۰	انحراف معیار
-۰,۷۵	۱,۵۷	ضریب چولگی
۵	۵	مینم نمره
۲۵	۲۵	ماکزیمم نمره
۱۲۰		جمع کل پاسخگویان

نمودار (۱): هستیوگرام زیرساخت‌های اقتصادی لازم برای صنعت گردشگری (وضعیت موجود)



نمودار (۲): هستیوگرام زیرساخت‌های اقتصادی لازم برای صنعت گردشگری (وضعیت مطلوب)



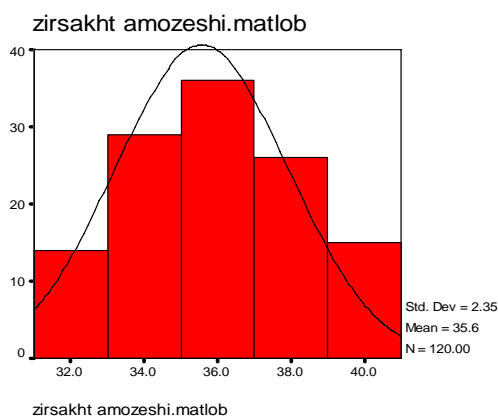
۶-۲-۱-۲- تحلیل سؤال ۲: صنعت گردشگری چه زیر ساخت‌های آموزشی لازم دارد؟ در ابتدا نتایج حاصل از سنجش زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت گردشگری آورده شده است و در ادامه به بررسی گویه‌های سازنده آن پرداخته می‌شود. وضعیت موجود: با توجه به دامنه تغییرات و شاخص‌های آماری شاخص مذکور می‌توان گفت، زیرساخت‌های آموزشی لازم در صنعت گردشگری در حد پائینی می‌باشد وضعیت مطلوب: شاخص‌های آماری شاخص حاکی از این است که، پاسخگویان اظهار داشته‌اند، اهمیت زیرساخت‌های آموزشی لازم در صنعت گردشگری در حد بالایی می‌باشد جدول شماره (۵): شاخص‌های آماری زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت گردشگری

شاخص‌های آماری	وضعیت موجود	وضعیت مطلوب
میانگین	۲۱,۱۰	۳۵,۶۰
انحراف معیار	۴,۷۲	۲,۳۵
ضریب چولگی	۰,۲۰۸	۰,۰۰۷
مینم نمره	۸	۸
ماکزیمم نمره	۴۰	۴۰
جمع کل پاسخگویان	۱۲۰	

نمودار(۳): هستیوگرام زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت گردشگری (وضعیت موجود)



نمودار(۴): هستیوگرام زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت گردشگری (وضعیت مطلوب)



نجفی و آزادی در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که حمایت از کارآفرینان باید از طریق فراهم کردن فاکتورهای انگیزشی همچون مشوق‌ها یا حمایت‌های مالی، تعلیم و تربیت و آموزش مورد توجه قرار گیرد. این فاکتورها می‌توانند به کارآفرینان در مراحل اولیه فعالیت هایشان و همچنین در ایجاد خدمات گردشگری منحصر به فرد و در توسعه پایدار گردشگری کمک کنند (نجفی توه خشکه، آزادی، ۱۳۹۱).

۶-۱-۲-۳- تحلیل سؤال ۳: صنعت گردشگری چه زیر ساخت‌های مهارتی لازم دارد؟

نتایج بدست آمده از تحقیقات بر این امر دلالت دارند گاهی اوقات آموزش‌های مهارتی توفیق قابل توجهی در پرورش نیروی کار ماهر و خود اشتغال داشته و می‌توانند به عنوان یک راه میان بر در جهت توسعه سرمایه انسانی ایفای نقش نمایند.

آموزش‌های مهارتی نقش مهمی را در تشکیل سرمایه انسانی از طریق تربیت نیروی کار ماهر مورد نیاز بازار کار در کشورهای مختلف جهان ایفا می‌کنند.

منظور از آموزش، آموختن عمل یا مجموعه‌ای از اعمال است که موجب می‌شود فردی مهارت، دانش و منش لازم را برای انجام کاری فراگیرد (کیان پور، ۱۳۸۹).

در ابتدا نتایج حاصل از سنجش زیرساخت‌های مهارتی لازم برای صنعت گردشگری آورده شده است و در ادامه به بررسی گویه‌های سازنده آن پرداخته می‌شود.

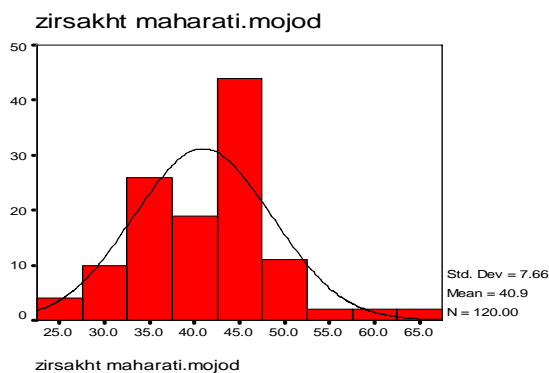
وضعیت موجود: با توجه به دامنه تغییرات و شاخص‌های آماری شاخص مذکور می‌توان گفت، زیرساخت‌های مهارتی لازم در صنعت گردشگری در حد پائینی می‌باشد

وضعیت مطلوب: شاخص‌های آماری شاخص حاکی از این است که، پاسخگویان اظهار داشته‌اند که اهمیت زیرساخت‌های مهارتی لازم در صنعت گردشگری در حد بالایی می‌باشد

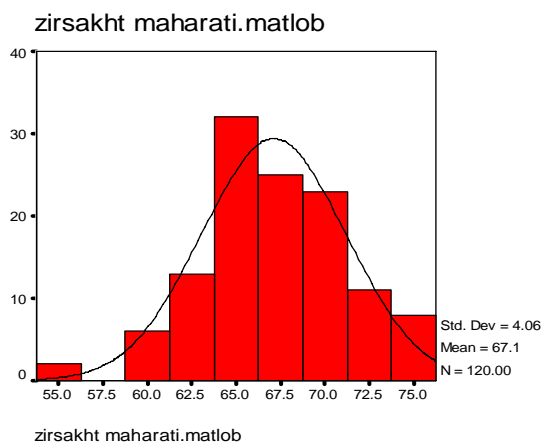
جدول شماره (۷): شاخص‌های آماری زیرساخت‌های مهارتی لازم برای صنعت گردشگری

شاخص‌های آماری	وضعیت موجود	وضعیت مطلوب
میانگین	۴۰,۹۱	۶۷,۱۰
انحراف معیار	۷,۶۶	۴,۰۶
ضریب چولگی	۰,۴۳	-۰,۳۲
مینم نمره	۱۵	۱۵
ماکزیم نمره	۷۵	۷۵
جمع کل پاسخگویان	۱۲۰	

نمودار(۵): هستی‌گرام زیرساخت‌های مهارتی لازم برای صنعت گردشگری (وضعیت موجود)



نمودار(۶): هستیوگرام زیرساخت‌های مهارتی لازم برای صنعت گردشگری (وضعیت مطلوب)



۶-۱-۲-۴- تحلیل سؤال ۴: صنعت گردشگری چه زیر ساخت‌های الکترونیکی دارد؟

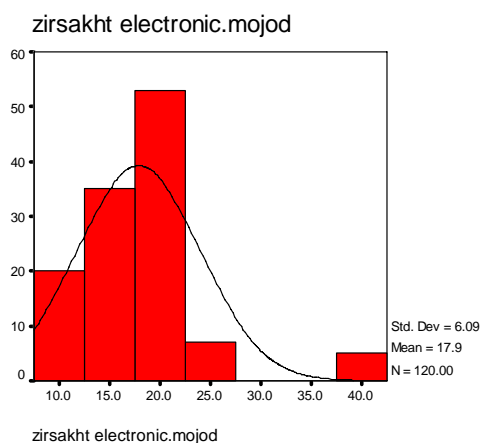
افراد در دوران صنعتی برای آموزش، رفتن به کلاس‌های تخصصی را سرلوحه کار خود قرار دادند. هرچند اعتقاد به انسان بزرگ هنوز مطرح بود و در عصر فرا صنعتی که عصر حاکمیت کامپیوتر است، در مساله آموزش دیگر مساله بعد مسافت مطرح نمی‌باشد و آموزش از جنبه فیزیکی خود خارج شده و به صورت الکترونیکی در آمده است (فرهادیان، ۱۳۸۴). فضای مجازی یا سایبر اسپیس^۱ به کمک نظریه ی آموزش و با عملی کردن و دادن شکل اجرایی

به آن، مشکل فاصله و زمان را تا حدود زیادی حل کرده است (Solomon, 2002, 82-83). در ابتدا نتایج حاصل از سنجش زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری آورده شده است و در ادامه به بررسی گویه‌های سازنده آن پرداخته می‌شود. وضعیت موجود: با توجه به دامنه تغییرات و شاخص‌های آماری شاخص مذکور می‌توان گفت، زیرساخت‌های الکترونیکی لازم در صنعت گردشگری در حد پایینی می‌باشد وضعیت مطلوب: شاخص‌های آماری شاخص حاکی از این است که، پاسخگویان اظهار داشته‌اند، اهمیت زیرساخت‌های الکترونیکی لازم در صنعت گردشگری در حد بالایی می‌باشد

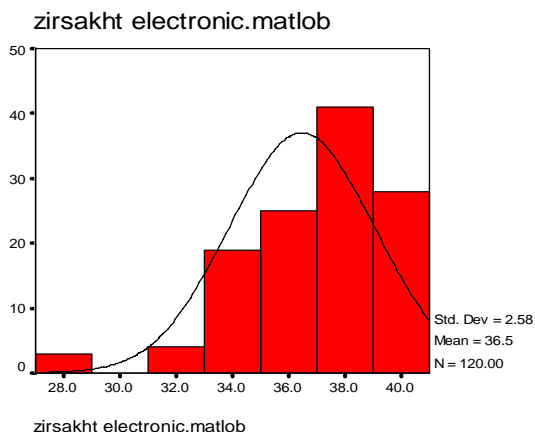
جدول شماره (۹): شاخص‌های آماری زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری

شاخص‌های آماری	وضعیت موجود	وضعیت مطلوب
میانگین	۱۷,۹۰	۳۶,۵۰
انحراف معیار	۶,۰۹	۲,۵۸
ضریب چولگی	۱,۸۰۰	-۰,۹۷۰
مینم نمره	۸	۸
ماکزیم نمره	۴۰	۴۰
جمع کل پاسخگویان	۱۲۰	

نمودار (۷): هستیوگرام زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری (وضعیت موجود)



نمودار(۸): هستیوگرام زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری (وضعیت مطلوب)



۶-۱-۲-۵- تحلیل سوال ۵: چگونه صنعت گردشگری می‌تواند به توسعه فرهنگ کار و

کارآفرینی در کشور بیانجامد؟

آموزش‌های مهارتی در کشورهای در حال توسعه نه تنها عهده دار تربیت نیروی کار مورد نیاز بخش‌های مختلف اقتصاد این کشورها می‌باشند، بلکه از طریق بستر سازی خود اشتغالی به حل مشکل بیکاری نیز کمک می‌نمایند.

سه هدف اساسی در برنامه‌های ترویج کارآفرینی را می‌توان انگیزش، مهارت آموزی و فرصت سازی دانست (OECD,1996).

مهمترین مزیت ترویج کارآفرینی در گردشگری را می توان این چنین بیان کرد که چون بخش گردشگری، از جمله بخش های اقتصادی کشور و در واقع یکی از محورهای توسعه اقتصادی کشور می باشد، اندیشمندان و سیاستگذاران توجه خاصی را معطوف به امر توسعه کارآفرینی در گردشگری و رفع مشکلات و معضلات آن نموده اند. مطالعات مختلف نشان داده است که یکی از مهمترین اهداف توسعه بخش گردشگری و نهایتاً توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال و مهمترین سازوکار و ابزار آن، کارآفرینی است. در حقیقت ترویج کارآفرینی در گردشگری باعث کاهش بیکاری در این بخش اقتصادی و افزایش بهره وری افراد و منابع و بالتبع افزایش درآمد مردم جامعه می گردد. اگرچه نباید گفت که کارآفرینی در گردشگری، تنها راهکار اشتغالزایی و افزایش درآمدهای این بخش است، اما قطعاً می توان گفت که بهترین و بهره ورتترین نوع آن است (کلهرنیا، ۱۳۸۵).

نجفی و آزادی در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که در ترویج کارآفرینی در صنعت گردشگری به این نقطه تاکید می کند که درک فرهنگ و جوکارآفرینانه شرطی لازم برای ایجاد محیط کارآفرینانه توانا به شمار می رود (نجفی توه خشکه، آزادی، ۱۳۹۱).

یافته های پژوهش رحیم پور و معاون حاکی از آن است که میان تمایل به گردشگری و اشتغال رابطه معناداری وجود دارد (رحیم پور، معاون، ۱۳۹۲).

در ابتدا نتایج حاصل از سنجش تأثیر صنعت گردشگری بر توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی آورده شده است و در ادامه به بررسی گویه های سازنده آن پرداخته می شود.

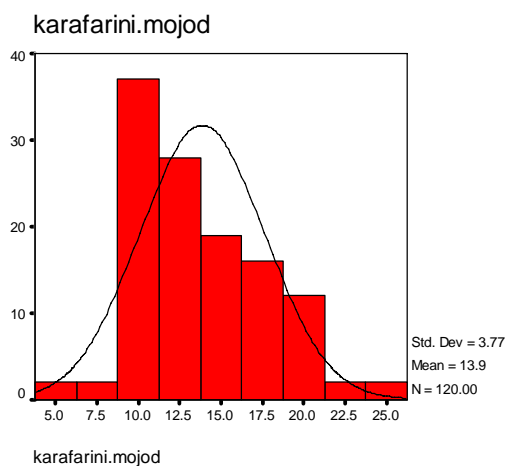
وضعیت موجود: با توجه به دامنه تغییرات و شاخص های آماری شاخص مذکور می توان گفت، در وضعیت موجود تأثیر صنعت گردشگری بر توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی در حد ضعیفی می باشد

وضعیت مطلوب: شاخص های آماری شاخص حاکی از این است که، پاسخگویان اظهار داشته اند، که در وضعیت مطلوب تأثیر صنعت گردشگری بر توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی در حد قوی می باشد

جدول شماره (۱۱): شاخص های آماری تأثیر صنعت گردشگری بر توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی

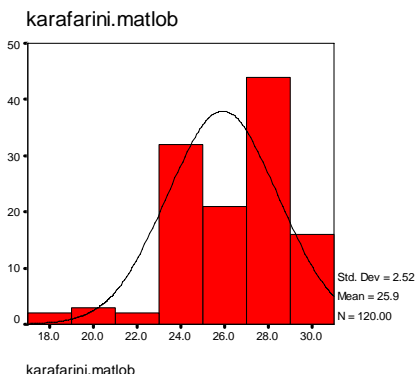
وضعیت مطلوب	وضعیت موجود	شاخص‌های آماری
۲۵,۹۰	۱۳,۹۰	میانگین
۲,۵۲	۳,۷۷	انحراف معیار
-۰,۱۳۳	۰,۶۶۳	ضریب چولگی
۶	۶	مینم نمره
۳۰	۳۰	ماکزیم نمره
۱۲۰		جمع کل پاسخگویان

نمودار (۹): هستیوگرام تأثیر صنعت گردشگری بر توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی (وضعیت موجود)



نمودار (۱۰): هستیوگرام تأثیر صنعت گردشگری بر توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی

(وضعیت مطلوب)



۶-۱-۲-۶- تحلیل سؤال ۶: گردشگری دارای چه ویژگی هایی است؟

در یک قسمت از سوالات پرسشنامه از پاسخگویان پرسیده شد که صنعت گردشگری دارای چه ویژگی هایی می باشد، بدین منظور ۷ سوال طراحی شد که پاسخگویان در دو وضعیت موجود و مطلوب بدان پاسخ داده اند. نتایج حاصل از آن به شرح جدول زیر است

جدول (۱۲): توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب ویژگی های صنعت گردشگری در دو وضعیت

مطلوب و موجود

وضعیت مطلوب						گویه	وضعیت موجود					
کل	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم		کل	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۱۲۰	۳۸	۶۷	۱۲	۳	۰	تأثیر صنایع داخلی در گردشگری	۱۲۰	۵	۱۴	۵۲	۴۳	۶
۱۰۰	۳۱,۷	۵۵,۸	۱۰	۲,۵	۰		۱۰۰	۴,۲	۱۱,۷	۴۳,۳	۳۵,۸	۵
۱۲۰	۸۰	۳۸	۲	۰	۰	معرفی جاذبه های باستانی و صنایع دستی	۱۲۰	۲	۸	۵۶	۴۸	۶
۱۰۰	۶۶,۷	۳۱,۷	۱,۷	۰	۰		۱۰۰	۱,۷	۶,۷	۴۶,۷	۴۰	۵
۱۲۰	۵۶	۳۹	۲۱	۴	۰	توجه به فرهنگ جهانگردی و گردشگری در کشور	۱۲۰	۵	۰	۲۶	۸۱	۸
۱۰۰	۴۶,۷	۳۲,۵	۱۷,۵	۳,۳	۰		۱۰۰	۴,۲	۰	۲۱,۷	۶۷,۵	۶,۷
۱۲۰	۶۰	۵۰	۱۰	۰	۰	تأثیر گردشگری در توسعه فرصت های شغلی جدید	۱۲۰	۵	۲	۲۷	۵۲	۳۴
۱۰۰	۵۰	۴۱,۷	۸,۳	۰	۰		۱۰۰	۴,۲	۱,۷	۲۲,۵	۴۳,۳	۲۸,۳
۱۲۰	۴۶	۶۵	۹	۰	۰	معرفی جاذبه های روستایی و	۱۲۰	۲	۲	۳۸	۵۲	۲۶

۱۰۰	۳۸,۳	۵۴,۲	۷,۵	۰	۰	تشویق به گردشگری روستایی	۲۱,۷	۴۳,۳	۳۱,۷	۱,۷	۱,۷	۱۰۰
۱۲۰	۵۷	۵۵	۸	۰	۰	معرفی آثار تاریخی و مکانهای مهم	۶	۳۰	۷۲	۸	۴	۱۲۰
۱۰۰	۴۷,۵	۴۵,۸	۶,۷	۰	۰	گردشگری به گردشگران	۵	۲۵	۶۰	۶,۷	۳,۳	۱۰۰
۱۲۰	۴۸	۵۹	۱۳	۰	۰	انطباق مهارتهایی که در طول	۴	۴۸	۵۱	۱۴	۳	۱۲۰
۱۰۰	۴۰	۴۹,۲	۱۰,۸	۰	۰	آموزش کسب می شود با انتظارات و نیازهای تقاضای گردشگران	۳,۳	۴۰	۴۲,۵	۱۱,۷	۲,۵	۱۰۰

۶-۲- یافته های استنباطی:

در این قسمت به کمک آزمون های آماری به بررسی رابطه بین متغیرها و مقایسه بین آنها پرداخته خواهد شد. نتایج حاصل از آزمون های آماری به شرح زیر است:

۶-۲-۱- بررسی رابطه بین زیرساخت های مهارتی با زیرساخت های اقتصادی لازم برای صنعت گردشگری

به منظور بررسی رابطه بین زیرساخت های مهارتی با زیرساخت های اقتصادی لازم برای صنعت گردشگری از همبستگی پیرسون استفاده می شود. که نتایج آن به قرار زیر است

جدول شماره (۱۳): جدول ماتریس همبستگی بین زیرساخت های مهارتی با زیرساخت های اقتصادی

زیرساخت اقتصادی	زیرساخت مهارتی	
۰,۲۲۱	۱	زیرساخت مهارتی ضریب همبستگی
۰,۰۱۵	۱۲۰	سطح معنی داری
۱۲۰		تعداد
۱	۰,۲۲۱	زیرساخت اقتصادی ضریب همبستگی
۰,۰۱۵		سطح معنی داری
۱۲۰	۱۲۰	تعداد

تفسیر:

بر طبق یافته های جدول فوق همانطور که ملاحظه می گردد نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون نشان می دهد، بین زیرساخت های مهارتی با زیرساخت های اقتصادی لازم برای صنعت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به مقدار ضریب همبستگی ($r = 0,221$) می توان گفت بین زیرساخت های مهارتی با زیرساخت های اقتصادی لازم برای صنعت

گردشگری رابطه مثبت و معنی دار با شدتی ضعیف وجود دارد. به عبارت دیگر در صنعت گردشگری با افزایش نیاز به زیرساخت‌های مهارتی، زیرساخت‌های اقتصادی نیز باید افزایش یابد (هم‌تغییری این دو متغیر هم جهت است).

۶-۲-۲- بررسی رابطه بین زیرساخت‌های مهارتی با زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت گردشگری

به منظور بررسی رابطه بین زیرساخت‌های مهارتی با زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت گردشگری از همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. که نتایج آن به قرار زیر است

جدول شماره (۱۴): جدول ماتریس همبستگی بین زیرساخت‌های مهارتی با زیرساخت‌های آموزشی

زیرساخت آموزشی	زیرساخت مهارتی		
۰,۵۴۹	۱	زیرساخت مهارتی	ضریب همبستگی
۰,۰۰۱		سطح معنی داری	
۱۲۰	۱۲۰	تعداد	
۱	۰,۵۴۹	زیرساخت آموزشی	ضریب همبستگی
	۰,۰۰۱	سطح معنی داری	
۱۲۰	۱۲۰	تعداد	

تفسیر:

بر طبق یافته‌های جدول فوق همانطور که ملاحظه می‌گردد نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد، بین زیرساخت‌های مهارتی با زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به مقدار ضریب همبستگی ($r = 0,549$) می‌توان گفت بین زیرساخت‌های مهارتی با زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت گردشگری رابطه مثبت و معنی دار با شدتی نسبتاً قوی وجود دارد. به عبارت دیگر در صنعت گردشگری با افزایش نیاز به زیرساخت‌های مهارتی، زیرساخت‌های آموزشی نیز باید افزایش یابد (هم‌تغییری این دو متغیر هم جهت است).

۶-۲-۳- بررسی رابطه بین زیرساخت‌های مهارتی با زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای

صنعت گردشگری

به منظور بررسی رابطه بین زیرساخت های مهارتی با زیرساخت های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری از همبستگی پیرسون استفاده می شود. که نتایج آن به قرار زیر است

جدول شماره (۱۵): جدول ماتریس همبستگی بین زیرساخت های مهارتی با زیرساخت های

الکترونیکی

زیرساخت الکترونیکی	زیرساخت مهارتی		
۰,۴۷۲	۱	ضریب همبستگی	زیرساخت مهارتی
۰,۰۰۱		سطح معنی داری	
۱۲۰	۱۲۰	تعداد	
۱	۰,۴۷۲	ضریب همبستگی	زیرساخت الکترونیکی
	۰,۰۰۱	سطح معنی داری	
۱۲۰	۱۲۰	تعداد	

تفسیر:

بر طبق یافته های جدول فوق همانطور که ملاحظه می گردد نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون نشان می دهد، بین زیرساخت های مهارتی با زیرساخت های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به مقدار ضریب همبستگی ($r = 0,472$) می توان گفت بین زیرساخت های مهارتی با زیرساخت های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری رابطه مثبت و معنی دار با شدتی متوسط وجود دارد. به عبارت دیگر در صنعت گردشگری با افزایش نیاز به زیرساخت های مهارتی، زیرساخت های الکترونیکی نیز باید افزایش یابد (هم تغییری این دو متغیر هم جهت است).

۶-۲-۴- بررسی رابطه بین زیرساخت های اقتصادی با زیرساخت های الکترونیکی لازم

برای صنعت گردشگری

به منظور بررسی رابطه بین زیرساخت‌های اقتصادی با زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری از همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. که نتایج آن به قرار زیر است

جدول شماره (۱۶): جدول ماتریس همبستگی بین زیرساخت‌های مهارتی با زیرساخت‌های

الکترونیکی

زیرساخت الکترونیکی	زیرساخت اقتصادی	
۰,۳۷۲	۱	زیرساخت اقتصادی
۰,۰۰۱		ضریب همبستگی
۱۲۰	۱۲۰	سطح معنی‌داری
		تعداد
۱	۰,۳۷۲	زیرساخت الکترونیکی
	۰,۰۰۱	ضریب همبستگی
۱۲۰	۱۲۰	سطح معنی‌داری
		تعداد

تفسیر:

بر طبق یافته‌های جدول فوق همانطور که ملاحظه می‌گردد نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد، بین زیرساخت‌های اقتصادی با زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به مقدار ضریب همبستگی ($r = 0,372$) می‌توان گفت بین زیرساخت‌های اقتصادی با زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری رابطه مثبت و معنی‌دار با شدتی متوسط وجود دارد. به عبارت دیگر در صنعت گردشگری با افزایش نیاز به زیرساخت‌های اقتصادی، زیرساخت‌های الکترونیکی نیز باید افزایش یابد (هم‌تغییری این دو متغیر هم‌جهت است).

۶-۲-۵- بررسی رابطه بین زیرساخت‌های اقتصادی با زیرساخت‌های آموزشی لازم برای

صنعت گردشگری

به منظور بررسی رابطه بین زیرساخت‌های اقتصادی با زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت گردشگری از همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. که نتایج آن به قرار زیر است

جدول شماره (۱۷): جدول ماتریس همبستگی بین زیرساخت‌های اقتصادی با زیرساخت‌های آموزشی

زیرساخت آموزشی	زیرساخت اقتصادی	
۰,۲۴۶	۱	زیرساخت اقتصادی
۰,۰۰۷		ضریب همبستگی
۱۲۰	۱۲۰	سطح معنی‌داری
		تعداد
۱	۰,۲۴۶	زیرساخت آموزشی
	۰,۰۰۷	ضریب همبستگی
۱۲۰	۱۲۰	سطح معنی‌داری
		تعداد

تفسیر:

بر طبق یافته‌های جدول فوق همانطور که ملاحظه می‌گردد نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد، بین زیرساخت‌های اقتصادی با زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به مقدار ضریب همبستگی ($r = 0,246$) می‌توان گفت بین زیرساخت‌های اقتصادی با زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت گردشگری رابطه مثبت و معنی دار با شدتی ضعیف وجود دارد. به عبارت دیگر در صنعت گردشگری با افزایش نیاز به زیرساخت‌های اقتصادی، زیرساخت‌های آموزشی نیز باید افزایش یابد (هم‌تغییری این دو متغیر هم جهت است).

۶-۲-۶- بررسی رابطه بین زیرساخت‌های آموزشی با زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری

به منظور بررسی رابطه بین زیرساخت‌های آموزشی با زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری از همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. که نتایج آن به قرار زیر است

جدول شماره (۱۸): جدول ماتریس همبستگی بین زیرساخت‌های آموزشی با زیرساخت‌های

الکترونیکی

زیرساخت الکترونیکی	زیرساخت آموزشی	
۰,۲۶۵ ۰,۰۰۳ ۱۲۰	۱ ۱۲۰	زیرساخت آموزشی ضریب همبستگی سطح معنی‌داری تعداد
۱ ۱۲۰	۰,۲۶۵ ۰,۰۰۳ ۱۲۰	زیرساخت الکترونیکی ضریب همبستگی سطح معنی‌داری تعداد

تفسیر:

بر طبق یافته‌های جدول فوق همانطور که ملاحظه می‌گردد نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد، بین زیرساخت‌های آموزشی با زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به مقدار ضریب همبستگی ($r=0,265$) می‌توان گفت بین زیرساخت‌های آموزشی با زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری رابطه مثبت و معنی‌دار با شدتی ضعیف وجود دارد. به عبارت دیگر در صنعت گردشگری با افزایش نیاز به زیرساخت‌های آموزشی، زیرساخت‌های الکترونیکی نیز باید افزایش یابد (هم‌تغییری این دو متغیر هم‌جهت است).

۶-۳- مقایسه و رتبه بندی انواع زیر ساخت ها

۶-۳-۱- مقایسه و رتبه بندی انواع زیرساخت‌های لازم برای صنعت گردشگری با استفاده از

آزمون ناپارامتریک فریدمن

نتایج حاصل از جدول زیر نشان می دهد که مقدار آزمون ($Chi-square=328,461$) که در سطح خطای کوچکتر از $0,01$ معنی داری است، حاکی از این است که به لحاظ آماری با اطمینان $0,99$ بین زیرساخت های لازم برای صنعت گردشگری تفاوت وجود دارد. البته طبق نتایج به دست آمده از جدول زیر میانگین « زیرساخت های مهارتی » برابر $4,00$ بوده است که نشان دهنده بیشترین اهمیت و میانگین « زیرساخت های اقتصادی » برابر $1,07$ بوده است که نشان دهنده کمترین اهمیت در زیرساخت های لازم برای صنعت گردشگری بوده است.

جدول شماره (۱۹): مقایسه و اولویت بندی انواع زیرساخت های لازم برای صنعت گردشگری

رتبه	میانگین رتبه ای (Mean Rank)	زیرساخت ها
۱	۴,۰۰	زیرساخت های مهارتی
۲	۲,۷۹	زیرساخت های آموزشی
۳	۲,۱۵	زیرساخت های الکترونیکی
۴	۱,۰۷	زیرساخت های اقتصادی

$Chi-Square = 328,461$	$df = 3$	$Sig = 0,001$
------------------------	----------	---------------

۶-۳-۲- مقایسه و رتبه بندی انواع زیرساخت های مهارتی لازم برای صنعت گردشگری
نتایج حاصل از جدول زیر نشان می دهد که مقدار آزمون ($Chi-square=222,076$) که در سطح خطای کوچکتر از $0,01$ معنی داری است، حاکی از این است که به لحاظ آماری با اطمینان $0,99$ بین انواع زیرساخت های مهارتی لازم برای صنعت گردشگری تفاوت وجود دارد. البته طبق نتایج به دست آمده از جدول زیر میانگین « مهارت گوش کردن » برابر $10,33$ بوده است که نشان دهنده بیشترین اهمیت و میانگین « مهارت های کار گروهی و تیمی » برابر $5,05$ بوده است که نشان دهنده کمترین اهمیت در زیرساخت های مهارتی لازم برای صنعت گردشگری بوده است.

جدول شماره (۲۰): مقایسه و اولویت بندی انواع زیرساخت های مهارتی لازم برای صنعت

گردشگری

رتبه	میانگین رتبه‌ای (Mean Rank)	زیرساخت‌های مهارتی
۱	۱۰,۳۳	مهارت گوش کردن
۳	۹,۶۴	مهارت پذیرش هتل
۴	۹,۱۶	آموزش مدیریت فنی
۹	۷,۳۷	مهارت‌های حل مسئله
۱۴	۶,۹۴	مهارت طراحی نام تجاری
۷	۸,۱۰	مهارت میزبانی و میزآرایی
۱۱	۷,۲۵	مهارت‌های ارتباط شفاهی
۱۳	۶,۷۸	مهارت خدمات به مشتریان
۱۵	۵,۰۵	مهارت‌های کار گروهی و تیمی
۱۲	۶,۷۹	آموزش مهارت‌های رفتاری و ارتباطی
۸	۷,۷۰	مهارت مدیریت ارتباط با مشتری
۵	۸,۷۳	تأثیر نقش آموزش‌های مهارتی در گردشگری
۶	۸,۵۱	بهره‌گیری از فناوریهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی
۲	۱۰,۲۸	مهارت‌های تکنیک‌های جدید موثر پخت و پز و پخت غذاهای ایرانی
۱۰	۷,۳۶	برگزاری نمایشگاههای تخصصی هنرهای سنتی و دستی در سطوح ملی و بین‌المللی

Chi-Square = ۲۲۲,۰۷۶

df = ۱۴

Sig = ۰,۰۰۱

۶-۳-۳- مقایسه و رتبه بندی انواع زیرساخت‌های اقتصادی لازم برای صنعت گردشگری
 نتایج حاصل از جدول زیر نشان می‌دهد که مقدار آزمون ($Chi-square=59,187$) که در سطح خطای کوچکتر از ۰,۰۱ معنی‌داری است، حاکی از این است که به لحاظ آماری با اطمینان ۰,۹۹ بین انواع زیرساخت‌های اقتصادی لازم برای صنعت گردشگری تفاوت وجود دارد. البته طبق نتایج به دست آمده از جدول زیر میانگین « تقویت بخش خصوصی در صنعت گردشگری »

برابر ۳,۴۱ بوده است که نشان دهنده بیشترین اهمیت و میانگین « وجود هتل‌ها و مسافرخانه‌ها برای گروه‌های کم درآمد » برابر ۲,۳۲ بوده است که نشان دهنده کمترین اهمیت در زیرساخت‌های اقتصادی لازم برای صنعت گردشگری بوده است.

جدول شماره (۲۱): مقایسه و اولویت بندی انواع زیرساخت‌های اقتصادی لازم برای صنعت گردشگری

رتبه	میانگین رتبه‌ای (Mean Rank)	زیرساخت‌های اقتصادی
۱	۳,۴۱	تقویت بخش خصوصی در صنعت گردشگری
۲	۳,۳۴	آموزش گردشگری پویا برای تأمین نیروی انسانی برای زیرساختها و بنیان‌های اقتصادی
۳	۳,۱۹	وجود سرمایه گذاری در صنعت گردشگری
۴	۲,۷۴	برگزاری نمایشگاههای بزرگ در کشورهای توریست پذیر
۵	۲,۳۲	وجود هتل‌ها و مسافرخانه‌ها برای گروه‌های کم درآمد

$Chi-Square = ۵۹,۱۸۷$	$df = ۴$	$Sig = ۰,۰۰۱$
-----------------------	----------	---------------

۶-۳-۴- مقایسه و رتبه بندی انواع زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت گردشگری
 نتایج حاصل از جدول زیر نشان می دهد که مقدار آزمون ($Chi-square=۷۰,۲۸۲$) که در سطح خطای کوچکتر از ۰,۰۱ معنی داری است، حاکی از این است که به لحاظ آماری با اطمینان ۰,۹۹ بین انواع زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت گردشگری تفاوت وجود دارد. البته طبق نتایج به دست آمده از جدول زیر میانگین « آموزش کامپیوتر در گردشگری » برابر ۵,۵۶ بوده است که نشان دهنده بیشترین اهمیت و میانگین « انجام مشاغل گردشگری و هتلداری توسط افراد متخصص » برابر ۳,۸۰ بوده است که نشان دهنده کمترین اهمیت در زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت گردشگری بوده است.

جدول شماره (۲۲): مقایسه و اولویت بندی انواع زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت

گردشگری

رتبه	میانگین رتبه‌ای (Mean Rank)	زیرساخت‌های آموزشی
۱	۵,۵۶	آموزش کامپیوتر در گردشگری
۷	۳,۹۰	آموزش زبان تخصصی گردشگری
۳	۴,۸۵	اهمیت آموزش‌های دانشگاهی در گردشگری
۸	۳,۸۰	انجام مشاغل گردشگری و هتلداری توسط افراد متخصص
۵	۴,۳۹	وجود استانداردهای آموزشی در سطوح دانشگاهی و بهبود حرفه‌ای گردشگری
۴	۴,۴۱	وجود کافی بودن تعداد افراد آموزش دیده مجرب
۶	۴,۱۶	آموزش هتلداری به عنوان هنر پذیرش مهمان‌ها
۲	۴,۹۳	آموزش رشته‌های جدید در مراکز آموزشی متولی گردشگری و هتلداری

$Chi-Square = ۷۰,۲۸۲$	$df = ۷$	$Sig = ۰,۰۰۱$
-----------------------	----------	---------------

۶-۳-۵- مقایسه و رتبه بندی انواع زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری نتایج حاصل از جدول زیر نشان می‌دهد که مقدار آزمون ($Chi-square=۷۸,۵۰۸$) که در سطح خطای کوچکتر از ۰,۰۱ معنی‌داری است، حاکی از این است که به لحاظ آماری با اطمینان ۰,۹۹ بین انواع زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری تفاوت وجود دارد. البته طبق نتایج به دست آمده از جدول زیر میانگین « به روز بودن و فعال بودن وب سایتها در این حوزه » برابر ۵,۷۰ بوده است که نشان دهنده بیشترین اهمیت و میانگین « توسعه گردشگری الکترونیکی » برابر ۳,۸۳ بوده است که نشان دهنده کمترین اهمیت در زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری بوده است.

جدول شماره (۲۳): مقایسه و اولویت بندی انواع زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت

گردشگری

رتبه	میانگین رتبه‌ای (Mean Rank)	زیرساخت‌های الکترونیکی
۱	۵,۷۰	به روز بودن و فعال بودن وب سایتها در این حوزه
۵	۴,۳۴	تخصیص منابع مالی به بخش الکترونیکی گردشگران
۲	۴,۷۹	وجود وب سایتهای فعال در زمینه گردشگری الکترونیکی
۷	۴,۰۶	چند زبانه بودن، چند رسانه ای بودن پایگاه های اطلاعاتی طراحی شده
۸	۳,۸۳	توسعه گردشگری الکترونیکی (با توجه به فعالیت رقبای داخلی و خارجی)
۳	۴,۶۷	وجود تورهای مجازی
۶	۴,۲۵	مهیا بودن تمامی ابزار و زیرساختهای گردشگری الکترونیکی
۴	۴,۳۷	معرفی آثار تاریخی و مکانهای مهم گردشگری و صنایع دستی به گردشگران خارجی از طریق وب سایت

$Chi-Square = ۷۸,۵۰۸$	$df = ۷$	$Sig = ۰,۰۰۱$
-----------------------	----------	---------------

۶-۳-۶- مقایسه و رتبه بندی انواع روش‌های مورد استفاده در صنعت گردشگری به منظور

توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی

نتایج حاصل از جدول زیر نشان می‌دهد که مقدار آزمون ($Chi-square = ۲۸,۱۸۲$) که در سطح خطای کوچکتر از ۰,۰۱ معنی‌داری است، حاکی از این است که به لحاظ آماری با اطمینان ۰,۹۹ بین انواع روش‌های مورد استفاده در صنعت گردشگری به منظور توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی تفاوت وجود دارد. البته طبق نتایج به دست آمده از جدول زیر میانگین « ایجاد فرصت‌های شغلی » برابر ۳,۸۶ بوده است که نشان دهنده تأثیرگذارترین روشی است که از دید پاسخگویان بهتر است صنعت گردشگری به کار ببرد تا از این طریق بتواند به توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی کمک کند.

جدول شماره (۲۴): مقایسه و اولویت بندی انواع روش‌های مورد استفاده در صنعت گردشگری

رتبه	میانگین رتبه‌ای (Mean Rank)	روش‌های مورد استفاده
۶	۲,۹۹	با تبلیغات حضوری
۴	۳,۵۸	از طریق فروش محصولات
۵	۳,۴۳	به وسیله اشتغال‌های فصلی
۳	۳,۶۵	از طریق تبلیغات برون مرزی
۱	۳,۸۶	از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی
۲	۳,۴۸	با تقویت ارتباط بین صنعت، دولت و موسسات آموزشی

$Chi-Square = ۲۸,۱۸۲$	$df = ۵$	$Sig = ۰,۰۰۱$
-----------------------	----------	---------------

۶-۴- مقایسه زیر ساخت‌ها

۶-۴-۱- مقایسه زیرساخت‌های مهارتی لازم برای صنعت گردشگری در دو وضعیت موجود و مطلوب

در این قسمت به کمک آزمون تی همبسته به مقایسه نظر پاسخگویان در خصوص زیرساخت‌های مهارتی لازم برای صنعت گردشگری در دو وضعیت موجود و مطلوب پرداخته شده است که نتایج آن به قرار زیر است:

جدول شماره (۲۵): مقایسه میانگین زیرساخت‌های مهارتی در دو وضعیت موجود و مطلوب

آزمون تی تست برای برابری میانگین‌ها			آماره‌های توصیفی		وضعیت	شاخص
<i>Sig</i>	<i>df</i>	<i>t</i>	<i>SD</i>	<i>Mean</i>		
۰,۰۰۱	۱۱۹	-۳۵,۲۰۸	۷,۶۶	۴۰,۹۱	موجود	زیرساخت‌های مهارتی
			۴,۰۶	۶۷,۱۰	مطلوب	

نتیجه آزمون مقایسه میانگین زیرساخت‌های مهارتی لازم در صنعت گردشگری به تفکیک دو

وضعیت موجود و مطلوب مبین این است که بین زیرساخت‌های مهارتی لازم در صنعت گردشگری به تفکیک دو وضعیت موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد ($t = -35.208$, $P < 0.05$). به نحوی که میانگین زیرساخت‌های مهارتی لازم در وضعیت مطلوب (۶۷,۱۰) بیشتر از میانگین زیرساخت‌های مهارتی لازم در وضعیت موجود (۴۰,۹۱) می‌باشد

۶-۴-۲- مقایسه زیرساخت‌های اقتصادی لازم برای صنعت گردشگری در دو وضعیت موجود و مطلوب

در این قسمت به کمک آزمون تی همبسته به مقایسه نظر پاسخگویان در خصوص زیرساخت‌های اقتصادی لازم برای صنعت گردشگری در دو وضعیت موجود و مطلوب پرداخته شده است که نتایج آن به قرار زیر است:

جدول شماره (۲۶): مقایسه میانگین زیرساخت‌های اقتصادی در دو وضعیت موجود و مطلوب

شاخص	وضعیت	آماره های توصیفی		آزمون تی تست برای برابری میانگین‌ها		
		Mean	SD	t	df	Sig
زیرساخت‌های اقتصادی	موجود	۱۱,۱۰	۲,۷۰	-۴۲,۱۵۴	۱۱۹	۰,۰۰۱
	مطلوب	۲۲,۶۳	۱,۶۹			

نتیجه آزمون مقایسه میانگین زیرساخت‌های اقتصادی لازم در صنعت گردشگری به تفکیک دو وضعیت موجود و مطلوب مبین این است که بین زیرساخت‌های اقتصادی لازم در صنعت گردشگری به تفکیک دو وضعیت موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد ($t = -42.154$, $P < 0.05$). به نحوی که میانگین زیرساخت‌های اقتصادی لازم در وضعیت مطلوب (۲۲,۶۳) بیشتر از میانگین زیرساخت‌های اقتصادی لازم در وضعیت موجود (۱۱,۱۰) می‌باشد

۶-۴-۳- مقایسه زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت گردشگری در دو وضعیت موجود و مطلوب

در این قسمت به کمک آزمون تی همبسته به مقایسه نظر پاسخگویان در خصوص زیرساخت‌های آموزشی لازم برای صنعت گردشگری در دو وضعیت موجود و مطلوب پرداخته شده است که نتایج آن به قرار زیر است:

جدول شماره (۲۷): مقایسه میانگین زیرساخت‌های آموزشی در دو وضعیت موجود و مطلوب

آزمون تی تست برای برابری میانگین‌ها			آماره های توصیفی		وضعیت	شاخص
<i>Sig</i>	<i>df</i>	<i>t</i>	<i>SD</i>	<i>Mean</i>		
۰,۰۰۱	۱۱۹	-۳۲,۱۸۱	۴,۷۲	۲۱,۱۰	موجود	زیرساخت‌های آموزشی
			۲,۳۵	۳۵,۶۰	مطلوب	

نتیجه آزمون مقایسه میانگین زیرساخت‌های آموزشی لازم در صنعت گردشگری به تفکیک دو وضعیت موجود و مطلوب مبین این است که بین زیرساخت‌های آموزشی لازم در صنعت گردشگری به تفکیک دو وضعیت موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد ($t = -32.181$, $P < 0.05$). به نحوی که میانگین زیرساخت‌های آموزشی لازم در وضعیت مطلوب (۳۵,۶۰) بیشتر از میانگین زیرساخت‌های آموزشی لازم در وضعیت موجود (۲۱,۱۰) می‌باشد.

۶-۴-۴- مقایسه زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری در دو وضعیت موجود و مطلوب

در این قسمت به کمک آزمون تی همبسته به مقایسه نظر پاسخگویان در خصوص زیرساخت‌های الکترونیکی لازم برای صنعت گردشگری در دو وضعیت موجود و مطلوب پرداخته شده است که نتایج آن به قرار زیر است:

جدول شماره (۲۸): مقایسه میانگین زیرساخت‌های الکترونیکی در دو وضعیت موجود و مطلوب

آزمون تی تست برای برابری میانگین‌ها			آماره های توصیفی		وضعیت	شاخص
<i>Sig</i>	<i>df</i>	<i>t</i>	<i>SD</i>	<i>Mean</i>		
۰,۰۰۱	۱۱۹	-۲۹,۰۶۱	۶,۰۹	۱۷,۹۰	موجود	زیرساخت‌های
			۲,۵۸	۳۶,۵۰	مطلوب	الکترونیکی

نتیجه آزمون مقایسه میانگین زیرساخت‌های الکترونیکی لازم در صنعت گردشگری به تفکیک دو وضعیت موجود و مطلوب مبین این است که بین زیرساخت‌های الکترونیکی لازم در صنعت گردشگری به تفکیک دو وضعیت موجود و مطلوب تفاوت معناداری وجود دارد ($t = -29.061$, $P < 0.05$). به نحوی که میانگین زیرساخت‌های الکترونیکی لازم در وضعیت مطلوب (۳۶,۵۰) بیشتر از میانگین زیرساخت‌های الکترونیکی لازم در وضعیت موجود (۱۷,۹۰) می‌باشد.

۷- بحث و نتیجه گیری

نتایج حاصله حاکی از این است که بین زیر ساخت‌ها رابطه معنا داری وجود دارد که با یکدیگر، هم جهت می‌باشند و از طریق آزمون فریدمن مشخص گردید که بین زیر ساخت‌ها تفاوت وجود دارد و زیر ساخت مهارتی بیشترین اهمیت را دارا می‌باشند.

صنعت گردشگری به زیرساخت‌هایی مانند مهارتی، آموزشی، اقتصادی و الکترونیکی نیاز دارد همچنین بین این زیر ساخت‌ها در صنعت گردشگری ارتباط معنادار وجود دارد که با افزایش نیاز به یک زیر ساخت، زیر ساخت دیگر نیز باید افزایش یابد.

سرمایه گذاری در این صنعت و آموزش پویا برای تامین نیروی انسانی و آموزش کامپیوتر و رشته‌های جدید گردشگری و هتلداری و بالا بردن مهارت‌هایی مانند گوش کردن، تکنیک‌های جدید موثر پخت و پز غذاهای ایرانی و پذیرش هتل و به روز رسانی و فعال بودن وب سایتهای این حوزه و ارتباط بین صنعت، دولت و موسسات آموزشی و ایجاد فرصت‌های شغلی باعث می‌شود که این صنعت رونق یابد و باعث ایجاد شغل شده در نتیجه فرهنگ کار و کارآفرینی توسعه می‌یابد.

۸- پیشنهادها

۸-۱- پیشنهادهای اجرایی:

- ابداع و اجرای شیوه‌ها و روشهای جدید برای اطلاع رسانی از امکانات، جاذبه‌ها و... برای جلب و جذب گردشگران خارجی
- افزایش مشارکت و کمک دولت در مراحل اولیه توسعه این صنعت، چرا که اهتمام به این مهم ضمن کمک به ایجاد زیرساخت‌های اولویت دار بستری مناسب جهت حضور فعال و مشارکت جدی بخش خصوصی که دانش فنی لازم را نیز دارا می‌باشد فراهم می‌آورد
- تأمین و تربیت نیروی انسانی کارآمد و متخصص از طریق واگذاری بورس تحصیلی و توسعه تحصیلات تکمیلی.
- تعداد زیادی از نیروهای ماهر این رشته به دلیل نبود تقاضا، مهارت آنان تحلیل رفته و نیروهای ماهر جدیدی برای جایگزینی آنها تربیت نشده است.
- به مهارتهایی مانند گوش کردن، تکنیک‌های موثر پخت و پز و پخت غذاهای ایرانی باید توجه بیشتری شود
- به بخش خصوصی و سرمایه گذاری در صنعت گردشگری و آموزش گردشگری برای

تامین نیروی انسانی بیشتر توجه گردد

- به آموزش کامپیوتر و رشته های جدید گردشگری و هتلداری و آموزش های دانشگاهی اهمیت بیشتری داده شود
- وب سایت ها و وب سایت های الکترونیکی، فعال و به روز گردد و از تورهای مجازی استفاده بیشتری گردد
- فرصت های شغلی بیشتری ایجاد شود و ارتباط بین صنعت، دولت و موسسات آموزشی تقویت پیدا کند
- تبلیغات برون مرزی بیشتر شود

۲-۸- پیشنهادهای پژوهشی

از مهمترین اقداماتی که می توان در این زمینه انجام داد، دخیل کردن مقوله کارآفرینی در آموزش گردشگری است. به این منظور می توان راهکارهای زیر را ارائه داد:

- ارائه خدمات تحقیقاتی و مشاوره ای در زمینه کارآفرینی
- برنامه های آموزشی غیر رسمی در زمینه کارآفرینی
- تلفیق آموزش کارآفرینی در برنامه های آموزشی و درسی دانشگاه
- پژوهش در زمینه هر یک از زیر ساخت های گردشگری مانند زیر ساخت های آموزشی، مهارتی، الکترونیکی و اقتصادی

منابع:

۱. برگ و دیگران (۱۳۸۳)، اقتصاد و گردشگری، ترجمه محمد رضا فرزین، تهران، شرکت چاپ و نشر بازرگانی
۲. پارسائیان، علی و اعرابی، سید محمد (۱۳۷۷)، جهانگردی در چشم اندازی جامع، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی، تهران
۳. رحیم پور، علی و معاون، زهرا (۱۳۹۲)، بررسی رابطه اشتغال، افسردگی، گردشگری و اوقات فراغت (مطالعه موردی شهر شیراز)، فصلنامه گردشگری و چشم انداز آینده، سال سوم، شماره سوم، تابستان ۱۳۹۲
۴. رکن الدین افتخاری، علیرضا و مهدوی، مهدی (۱۳۸۵)، راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT: دهستان لواسان کوچک، فصلنامه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۰، شماره ۲، دانشگاه تربیت مدرس، تهران
۵. رهنمائی، محمد تقی (۱۳۷۹)، جغرافیایی اوقات فراغت و جهانگردی، گروه جغرافیایی دانشگاه تهران
۶. زرنگار، حمیدرضا (۱۳۸۱)، کارآفرینی به منزله یک نیروی اقتصادی در توسعه روستایی. نشریه جهاد، سال ۲۲، شماره ۲۵۳
۷. سازمان ایرانگردی و جهانگردی، معاونت تحقیقات، آموزش و برنامه ریزی (۱۳۷۸)، تعاریف متغیرهای آماری، تهران
۸. سازمان جهانی جهانگردی، گزارش گردشگران بین المللی، ژانویه ۲۰۰۴، مادرید اسپانیا
۹. کلهرنیا، بیژن (۱۳۸۵)، طرح جامع گردشگری استان کرمانشاه
۱۰. کیان پور، غلامرضا (۱۳۸۹)، تربیت نیروی انسانی برای صنعت، تالیف ویلیام مگ هی، تهران، چاپ دوم، انتشارات بنگاه
۱۱. نجفی توه خشکه، پری و آزادی، سیامک (۱۳۹۱)، اهمیت ترویج کارآفرینی در صنعت گردشگری
12. OECD, (1996) The Implementation of an Entrepreneurship Development Strategy in Canada: The Case of the Atlantic Region. Head of Publications Service, OECD, 2 rue André- Pascal , 75775 Paris Cedex 16, France.
13. Sharma, K. (2003), "Factors determining India's export performance", journal of Asian Economics, Vol14, pp: 435-446
14. Solomon, G.T., Duffy, S., & Tarabishy, A. (2002). The state of entrepreneurship education in the United States: A nationwide survey and analysis. International Journal of Entrepreneurship Education, 1(1), 65-86
15. Richter, L.K. (1989) the politics of tourism in Asia, Honolulu. university of Hawaii press.