

ارزیابی زنجیره تأمین گردشگری^۱ روستایی روستای مصر

مجتبی قدیری معصوم^۲ - پژمان حاتمی فر^۳ - سید مهدی طباطبائی^۴

(تاریخ وصول: ۹۴/۱۰/۲۷ - تاریخ پذیرش: ۹۵/۶/۱۴)

چکیده

ارزیابی عناصر مختلف گردشگری در مقاصد مختلف به امری ضروری مبدل شده است، در نتیجه ارزیابی این عناصر باعث تخصیص بهینه منابع به برنامه‌های توسعه‌ای می‌شود، گردشگری روستایی یکی از نیروهای اصلی در زمینه بهبود و رشد اقتصادی روستاها محسوب می‌شود. در چنین شرایطی، ارزیابی زنجیره تأمین گردشگری روستایی به‌مثابه یکی از مهم‌ترین استراتژی‌ها برای توسعه یک روستا مطرح می‌شود. ارزیابی زنجیره تأمین گردشگری به این موضوع می‌پردازد که چگونه یک محصول گردشگری تولید می‌شود و چه هنگام و از چه طریقی به دست گردشگران می‌رسد و بازخورد آن چیست. با وجود اهمیت غیرقابل رد این موضوع مطالعه در حوزه زنجیره تأمین گردشگری و ارزیابی عملکرد آن در ایران هنوز صورت نگرفته است. مطالعه حاضر به ارزیابی زنجیره تأمین گردشگری روستایی با استفاده از روش تحلیل پوششی داده‌ها^۵ می‌پردازد. این پژوهش در روستای مصر، در سال ۱۳۹۴ با هدف ارزیابی زنجیره تأمین گردشگری و ارائه راهکارهایی جهت بهبود و ارتقای آن انجام شده است. نتایج نشان داد در روستای مصر پنج عامل حمل‌ونقل، اطلاعات بازدیدکننده، اقامت، زیرساخت‌ها و جاذبه‌ها دارای عملکرد مناسب و سه عامل خدمات پذیرایی، تفریح و سرگرمی و امکانات خرید عملکرد نامناسبی در زنجیره تأمین گردشگری روستای مصر دارند.

واژگان کلیدی: زنجیره تأمین، زنجیره تأمین گردشگری، تحلیل پوششی داده‌ها، روستای مصر.

1. Tourism supply chain

۲. استاد دانشکده جغرافیا و عضو قطب علمی توسعه روستایی، دانشگاه تهران
p.hatamifar@ut.ac.ir ۳. دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

۴. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه تهران

5. Data envelopment analysis(DEA)

مقدمه

امروزه فعالیت گردشگری در جایگاه یکی از مهم ترین و پویاترین فعالیت ها در جهان مطرح است، به طوری که در سطح جهانی، شمار گردشگران خارجی و داخلی و میزان درآمدزایی آنان، پیوسته رو به افزایش است (رنجبریان، محمودی و فتیحی، ۱۳۹۴). از سویی این صنعت در جایگاه یک صنعت پاک همواره مورد توجه سیاست ها و برنامه های توسعه گرانه است (فرزین و همکاران، ۱۳۹۲)، که از آن در جایگاه یکی از مهم ترین راه های توسعه و رشد اقتصادی در جهان نام برده می شود. این صنعت در سال های اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. ایجاد اشتغال، ارز آوری، تعادل منطقه ای، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه گذاری در حوزه میراث فرهنگی، بهسازی محیط، کمک به بهسازی زیستگاه های حیات وحش، توسعه نواحی روستایی دارای جاذبه های گردشگری و جلوگیری از برون کوچی جمعیت و مانند آن، از جمله مزایای این صنعت بوده است (صدر موسوی و دخیلی کهنمونی، ۱۳۸۶). که گردشگری روستایی یکی از مهم ترین اجزای صنعت گردشگری است و نیروی اصلی در زمینه بهبود و رشد اقتصادی روستاها محسوب می شود. گردشگری روستایی با ایجاد فرصتی راهبردی سبب تنوع اقتصاد محلی شده و با ایجاد فرصت های شغلی مولد مبتنی بر قابلیت های موجود در روستا، موجب افزایش سطح رفاه، استانداردهای زندگی، درآمد و امنیت در روستا می شود (قدیری و همکاران ۱۳۸۹).

همچنین گردشگری به عنوان یکی از مهم ترین پدیده های هزاره سوم، طی نیم قرن گذشته با رشد تصاعد گونه خود تأثیر بسزایی در رشد و پویایی اقتصادی و تبادلات فرهنگی کشورها داشته است. براساس پیش بینی سازمان جهانی جهانگردی^۱ در سال ۲۰۱۰ بیش از ۴۳ درصد از اشتغال جهان مربوط به بخش گردشگری بوده است. طبق پیش بینی این سازمان تا سال ۲۰۲۰ میلادی، تعداد جهانگردان به رقمی بالغ بر ۶/۱ میلیارد نفر خواهد رسید. همچنین براساس آمار ارائه شده از همین سازمان، بیش از ۵۰ درصد معضل اشتغال در کشورهای در حال توسعه از طریق توسعه این صنعت قابل حل است. به هر حال، توسعه گردشگری همانند توسعه جهانی توجهی به عناصر و بسترهای ایجاد کننده این صنعت نداشته و با هدف سودآوری و افزایش رفاه اجتماعی آثار مخربی را به همراه داشته به همین دلیل در این میان تصویر نادرست و نامناسبی از رابطه گردشگری و محیط به جا گذاشته است. با توجه به این مهم رشد و توسعه اقتصادی- اجتماعی منطقه ای اجتناب ناپذیر است، اما با توجه به اصل توسعه پایدار و درخور، حفاظت از منابع طبیعی باید همواره مدنظر قرار گیرد. پایداری در اینجا بدان معناست که ساکنان امروز

1. United Nations World Tourism Organization (UNWTO)

اجتماع محلی، روستا، شهر و کشور مفروض آن چنان زندگی کنند و توسعه یابند که نسل های بعدی نیز به زندگی قابل قبولی ادامه دهند (لی و جورج، ۲۰۰۰)^۱ و بدیهی است چنین تعریفی نشان می دهد که توسعه اولاً صرفاً مقوله ای اقتصادی نیست و ثانیاً هر نوع توسعه ای قابل قبول نمی تواند باشد. با چنین تعریفی مشخص می شود که جهانگردی نیز تمامی انواع گردشگری را مورد تأیید قرار نمی دهد (ماتیسون و وال، ۱۹۸۲)^۲. براساس ویژگی های منحصر به فرد هر منطقه و مشخصات فعالیت های هر پروژه گردشگری، آثار مثبت، یا منفی اجرا و بهره برداری از طرح متفاوت خواهد بود. از مناطق مساعد برای جذب گردشگران در مرکز ایران، روستای مصر است که به دلیل موقعیت جغرافیایی خود، دارای آب و هوایی متنوع و جاذبه های طبیعی بسیار زیادی است. گردشگری این روستا، نیازمند شناخت توانمندی ها و برنامه ریزی بلندمدت و نگرش واقع بینانه تمامی دستگاه های مرتبط با این صنعت است و به دلیل آنکه بهره برداری از توان ها و قابلیت های گردشگری در هر منطقه ای می تواند زمینه ای پویا و فعال برای توسعه آن منطقه فراهم نماید، تحلیل توان ها و قابلیت های مزبور به گونه ای جغرافیایی، ضرورتی ویژه خواهد داشت. ضرورت و اهمیت انجام این تحقیق از آنجا ناشی می شود که روستای مصر با داشتن ویژگی های خاص برای توسعه گردشگری می تواند نقش خود را در زمینه های فرهنگی- اجتماعی و اقتصادی با توجه به موقعیت جغرافیایی آن ایفا نماید؛ اما متأسفانه تاکنون به دلیل فقدان برنامه ای جامع و هدفمند که تمامی منابع و امکانات را در چارچوب اهداف و سیاست های کلان شهری از قبیل چشم انداز ۱۴۰۴ تجهیز نماید این جاذبه های متنوع و ارزشمند معماری و انسانی مورد توجه، برنامه ریزی و استفاده قرار نگرفته است.

از سوی دیگر یکی از عوامل مؤثر در مدیریت مقصد، اندازه گیری کارایی زنجیره تأمین گردشگری است. مدیریت زنجیره تأمین گردشگری^۳ یکی از استراتژی های افزایش مزیت رقابتی است (ژانگ و همکاران، ۲۰۰۹)^۴. که شامل تمامی تأمین کنندگان محصولات که به طور مستقیم با گردشگران در ارتباط اند؛ از جمله تور اپراتورها، عوامل خرد مانند کنترل کنندگان محصولات و یا تأمین کنندگانی مانند، ارائه دهندگان محل اقامت می شود. به عبارتی زنجیره تأمین صنعت گردشگری شامل بسیاری از عوامل گردشگری مانند: هتل ها، حمل و نقل، رستوران ها، صنایع دستی، دفع زباله، زیرساخت های مقصد و تمامی کسب و کارهای مقصد مورد نظر به منظور ارائه خدمات و بهبود عملکرد پایدار در کنار بهبود عملیات های مالی مقصد

1. Lee and George
2. Mathieson and wall
3. Tourism supply chain management (TSCM)
4. Zhang et al

می‌شود (تپیر و فونت، ۲۰۰۴)^۱، و عملکرد آن در صنعت گردشگری با در نظر گرفتن چهار عامل مالی (هزینه‌ها، سهم بازار و...)، غیر مالی (شاخص‌های عملکرد از جمله رضایت مشتری، درجه نوآوری، رضایت کارکنان و جنبش‌های گردشگری و...) (کالارتو و تیاگو، ۲۰۱۳)^۲، عوامل زیست محیطی (توسعه پایدار)، (هروانی و همکاران، ۲۰۱۵)^۳ و مدیریت ریسک زنجیره تأمین (جوئتر، ۲۰۰۵)^۴ بررسی می‌شود. از سوی دیگر زنجیره تأمین خدمات گردشگری شامل هفت فرایند اصلی کسب و کار: مدیریت ارتباط با مشتری، مدیریت خدمات به مشتریان، مدیریت تقاضا، انجام و تحقق سفارش، مدیریت جریان تولید، تهیه-توسعه محصول و بازار است (کوپر و لمبرت، ۱۹۹۷)^۵. در نتیجه با توجه به اهمیت این موضوع ما در این پژوهش بر آن شدیم که به اندازه‌گیری کارایی زنجیره تأمین گردشگری روستایی در روستای مصر پردازیم و میزان اهمیت هر عامل و میزان کارایی عوامل مشخص را مشخص نماییم.

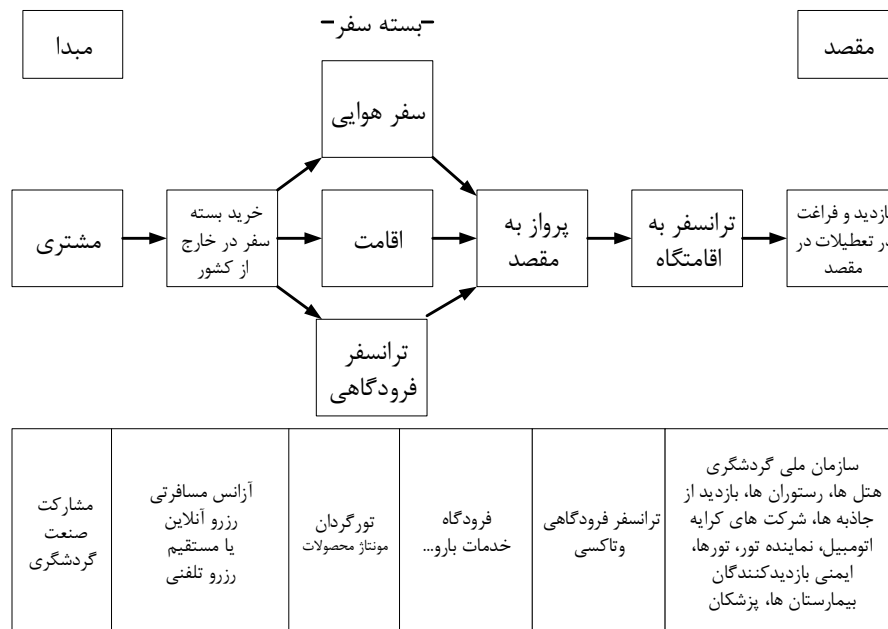
مبانی نظری

گردشگری در طول ۶ دهه گذشته شاهد رشد و توسعه مداوم بوده و به یکی از بزرگ‌ترین و پیشروترین بخش‌های اقتصادی دنیا تبدیل شده است (رمضانیان، حیدرنیای کهن، ۱۳۸۹). تعداد گردشگران از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به ۲۷۸ میلیون در سال ۱۹۸۰، ۵۲۸ میلیون در سال ۱۹۹۵ و ۱۱۳۳ میلیون در سال ۲۰۱۴ رسیده است. طبق آمارهای سازمان جهانی گردشگری، درآمد حاصله از گردشگری ۹٪ از تولید ناخالص داخلی دنیا را شامل می‌شود همچنین براساس آمار شورای جهانی سفر و گردشگری^۶ در سال ۲۰۱۵ میزان تولید ناخالص داخلی گردشگری ۳٫۵ درصد به نسبت سال گذشته رشد داشته است. در نتیجه با توجه به اینکه بخش اعظمی از فعالیت گردشگری در روستاها اتفاق می‌افتد گردشگری می‌تواند نقش مهمی در اقتصاد روستاها داشته باشد (هافمن و همکاران^۷، ۲۰۰۳ و رایبوسی^۸، ۲۰۱۵). چراکه با افزایش روزافزون مقاصد و سرمایه‌گذاری در گردشگری این امکان به وجود آمده است تا صنعت گردشگری از طریق اشتغال‌زایی و ایجاد بنگاه‌های اقتصادی، توسعه زیرساخت‌ها و درآمدهای حاصل از صادرات، به عنوان یک عامل اقتصادی-اجتماعی نقش کلیدی در فرآیند توسعه و

1. Tapper and Font
2. Calaretu and Tigu
3. Hervani et al
4. Jüttner
5. Cooper and Lambert
6. World Travel and Tourism Council (WTTC)
7. Hoffman et al
8. Rabbiosi

رفاه جوامع ایفا کند (میشل، ۲۰۱۲)^۱. از آنجایی که با رشد فناوری‌های جدید (برن و همکاران، ۲۰۱۵)^۲، توسعه حمل و نقل (تارنه، ۲۰۱۵)^۳، بهبود خدمات عرضه شده در مقاصد (کلارک و جانسون، ۲۰۰۵)^۴ و افزایش اوقات فراغت (توکارچاک و همکاران، ۲۰۱۵)^۵ روستاها با رشد قابل توجه تعداد بازدیدکنندگان روبرو هستند و گردشگری توانسته سهم قابل توجهی از توسعه اقتصادی روستاها را به خود اختصاص دهد (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۸۷)، در نتیجه ارزیابی عوامل مختلف گردشگری در روستاها به امری ضروری مبدل شده است و می‌توان با شناسایی میزان اهمیت عوامل و اولویت‌بندی آن‌ها تمرکز برنامه‌ریزی و تخصیص منابع را بر توسعه مهم‌ترین عوامل بنا نهاد، چراکه محیط بین‌المللی گردشگری تغییرات اقتصادی و اجتماعی زیادی را به وجود آورده که سبب ایجاد بی‌ثباتی و نااطمینانی شده است و به منظور ارائه خدمات گردشگری نیازمند بهبود مستمر، باکیفیت و پایدار و پاسخ‌گویی به تمامی نیازهای گردشگران هستیم (مولینا و همکاران، ۲۰۱۵)^۶. از سوی دیگر پاسخ‌گویی مناسب به نیازهای گردشگران نه تنها باعث افزایش رضایت آن‌ها می‌شود بلکه باعث افزایش مزیت رقابتی روستاها می‌شود، در نتیجه روستاها به دنبال راه‌هایی برای افزایش مزیت‌های رقابتی خود هستند و به منظور جذب گردشگر بیشتر با هم در رقابت‌اند، این رقابت شدید باعث افزایش تمرکز بر شبکه زنجیره تأمین و ادغام آن‌ها به جای تمرکز بر شرکت‌های فردی شده است (هالدرسون، ۲۰۰۳)^۷. زنجیره تأمین گردشگری یکی از راهکارهای اساسی در افزایش مزیت رقابتی مقاصد گردشگری است که با بررسی نقاط ضعف و قوت یک مقصد و ارزیابی مسائل مربوط به گردشگری پایدار به دنبال راه‌حل‌های عملی برای صنعت گردشگری و مصرف‌کنندگان است. زنجیره تأمین گردشگری مجموعه منافع و فعالیت‌های عرضه‌کنندگان مختلف خدمات گردشگری را در نظر می‌گیرد و سعی در توضیح روابط قراردادی بین ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری دارد. زنجیره تأمین خدمات و محصولات گردشگری شامل طیف وسیعی از ارائه‌دهندگان خدمات از جمله؛ کافه‌ها، رستوران‌ها، صنایع دستی، زیرساخت‌های صنعت گردشگری، و سایر خدمات مرتبط می‌شود که در نمودار (۱)، نشان داده شده است (پیچ، ۲۰۱۲)^۸

1. Mitchell
2. Bern et al
3. Thrane
4. Clark and Johnston
5. Tokarchuk et al
6. Molina-Azorín
7. Halldorsson
8. Page



نمودار شماره (۳-۲) زنجیره تأمین گردشگری (پیچ، ۲۰۱۲)

توجه به زنجیره تأمین و مدیریت آن باعث اقدامات و سیاست‌های پایدارتر گردشگری می‌شود و منفعت‌های فراوانی را برای جوامع محلی و همچنین مصرف‌کننده به دنبال دارد (فونت و تیپر، ۲۰۰۴، همچنین آلفرد^۱، ۲۰۰۵).

در پی پدید آمدن مفهوم زنجیره تأمین، بحث مدیریت آن نیز مطرح شد. مدیریت زنجیره تأمین یک مبحث میان‌رشته‌ای است که از رشته‌هایی مانند بازاریابی، مدیریت عملیات، خرید و پشتیبانی^۲ تشکیل می‌شود (کیچن و جیان پرو، ۲۰۰۴) که هدف از آن نشان دادن ارتباطات بین تولیدکنندگان و مشتریان به‌منظور بهینه‌کردن این ارتباط و افزایش مزیت رقابتی است (آردنت، ۲۰۰۴؛ استون و همکاران، ۲۰۱۶). در صنعت گردشگری توجه به مدیریت زنجیره تأمین در برنامه‌ریزی گردشگری باعث هماهنگی بین ارائه‌دهندگان خدمات می‌شود (دایر و همکاران، ۲۰۰۹)^۳. چراکه مدیریت زنجیره تأمین بیشترین تأثیر را بر عملکرد مالی، کیفیت خدمات، ارتباطات و رضایت گردشگر می‌تواند داشته باشد (فانتزی و همکاران، ۲۰۱۰)^۴. اما تحقیقات زیادی در خصوص تعاریف، مدل‌ها و متغیرهای کیفیت خدمات صورت گرفته است و

1. Alford
2. logistics
3. Dwyer et al
4. Fantazy et al

غالباً ارزیابی خدمات را بسیار مشکل دانسته‌اند از جمله؛ (بانکی و همکاران^۱، ۲۰۱۶؛ کروسبی^۲ ۱۹۸۰ و پاراسرمن و همکاران^۳، ۱۹۸۵). زیرا ارزیابی خدمات به دلیل ماهیت ناملموس بودن کیفیت خدمات ارائه شده بسیار مشکل است (پاراسرمن و همکاران، ۱۹۸۵). در چنین فضایی بهره‌وری و صرفه‌جویی در هزینه دو عامل بسیار مهم برای هر مقصد گردشگری هستند چراکه این فضا بشدت رقابتی است (زیلانی و همکاران، ۲۰۱۵)^۴.

در زمینه ارزیابی زنجیره تأمین مطالعات فراوانی انجام شده است، از جمله (فونت و تیپر، ۲۰۰۴) عنوان داشتند که زنجیره تأمین صنعت گردشگری شامل بسیاری از عوامل گردشگری مانند: هتل‌ها، حمل و نقل، رستوران‌ها، صنایع دستی، دفع زباله، زیرساخت‌های مقصد و تمامی کسب و کارهای مقصد مورد نظر به منظور ارائه خدمات و بهبود عملکرد پایدار در کنار بهبود عملیات‌های مالی مقصد می‌شود. همچنین (سیگالا، ۲۰۰۸)^۵ مدیریت زنجیره تأمین^۶ را به عنوان یک ابزار مدیریت حیاتی در تمام نهادهای گردشگری مطالعه کرد و عنوان داشت که در مدیریت زنجیره تأمین، ابعاد فرهنگی و سیاسی باید مورد توجه قرار گیرد. با توجه به این موضوع یکی از مهم‌ترین عناصر کلیدی موفقیت در صنعت گردشگری توجه به مدیریت زنجیره تأمین در برنامه‌ریزی گردشگری است که هماهنگی و شناسایی عواملی که باعث ایجاد هماهنگی و یا عدم هماهنگی در زنجیره‌ها می‌شود به مقاصد برای جلوگیری از رانش استراتژیک و دستیابی به مزیت رقابتی بیشتر از رقبای کمک می‌کند (دایر و همکاران، ۲۰۰۹)^۷. چراکه مدیریت زنجیره تأمین بیشترین تأثیر را بر عملکرد مالی، کیفیت خدمات، ارتباطات و رضایت گردشگر می‌تواند داشته باشد (فانتازی، ۲۰۱۰). جدول شماره (۱)، نشان می‌دهد که تحقیقات بسیاری تمرکز بر مدیریت زنجیره تأمین گردشگری به عنوان راهکاری به منظور افزایش رضایت گردشگری، پایداری محیط‌زیست، افزایش مزیت رقابتی، هماهنگی در عرضه کنندگان خدمات گردشگری و... دارند.

1. Banki et al
2. Crosby
3. Parasuraman et al
4. Zailani
5. Sigala
6. Supply chain management(SCM)
7. Dwyer et al

جدول شماره (۱)، مطالعات انجام شده درباره زنجیره تأمین گردشگری

نویسنده	روش	نتایج
فونت ^۱ و همکاران (۲۰۰۸)	زنجیره تأمین پایدار گردشگری آدرمیان تورگردان ها	سازگاری با محیط به عنوان یک مسئله در میزان کیفیت محصول گردشگری مطرح است در زنجیره تأمین گردشگری حمل و نقل مشکل ترین قسمت برای پیاده سازی پایداری است.
سیگالا (۲۰۰۸)	مدیریت زنجیره تأمین در گردشگری، مدل سازی و پرسشنامه	مدیریت زنجیره تأمین به عنوان یک ابزار مدیریت حیاتی باید در تمام نهادهای گردشگری اتخاذ شود که در آن ابعاد فرهنگی و سیاسی باید مورد توجه قرار گیرد. زنجیره تأمین می تواند نماینده چند فرهنگ مختلف در یک مقصد باشد.
تسنگ ^۲ و همکاران (۲۰۱۱)	تصمیم گیری فازی و مدیریت زنجیره تأمین	در محصولات گردشگری ساختار سلسله مراتبی وجود دارد. هفت معیار برای توسعه گردشگری ارائه شد.
پینگ ^۴ (۲۰۱۱)	پرسشنامه	چین دارای پتانسیل تبدیل شدن به یک گره اصلی شبکه جهانی زنجیره تأمین گردشگری است. شرکت ها و دولت ها به نقش زنجیره تأمین و خواسته های آن در کشور چین به صورت یکسان جواب نمی دهند.
ژانگ و مورفی ^۵ (۲۰۰۹)	تحقیقات بازار و پرسشنامه	اختلافات استراتژیک بین آژانس های مسافرتی و تأمین کنندگان مقصد شناسایی شد. این اختلافات زمینه ساز بروز مشکلاتی برای توسعه صنعت گردشگری منطقه شده اند.
گجرالد و لینگستاد ^۶ (۲۰۱۵)	پرسشنامه	خدمات هماهنگ نشده با زنجیره تأمین گردشگری در میان ارائه دهندگان محلی خدمات یک خطر عمده برای تورگردان تورهای ورودی ^۷ است. ریسک بین کیفیت خدمات هماهنگ نشده با ارتباطات بازر هدف بررسی شد و راهکارهایی برای افزایش ارزش افزوده در مشارکت کسب و کارها ارائه شد.

1. Font et al
2. Sustainable Supply Chain Management
3. Tseng
4. Ping
5. Zhang and Murphy
6. Gjerard and Lyngstad
7. incoming tour operators (ITOs)

شش عامل اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، تکنولوژیکی، جمعیتی و محیط‌زیست؛ عوامل اصلی و تأمین‌کنندگان محصولات گردشگری هستند.	مدل‌سازی و پرسشنامه	دویر و همکاران (۲۰۰۹)
هماهنگی و شناسایی عواملی که باعث ایجاد هماهنگی یا ناهماهنگی در این زنجیره‌ها می‌شود به مقاصد برای جلوگیری از رانش استراتژیک و دستیابی به مزیت رقابتی بیشتر از ربا کمک می‌کند.	پرسشنامه	فانتازی و همکاران (۲۰۱۰)
مدیریت زنجیره تأمین می‌تواند روی عملکرد صنعت مهمان‌نوازی با تأکید بر خرید نقش اساسی را ایفا کند و بیشترین تأثیر را بر عملکرد مالی، کیفیت خدمات، ارتباطات و رضایت مشتری می‌تواند داشته باشد.	پرسشنامه	کاستا و کاروالو ^۱ (۲۰۱۱)
در گردشگری مجموعه متنوعی از شرکت‌هایی که بعضاً ناهمگن هستند به‌طور کلی و بدون اتحاد تجاری در حال خدمت‌رسانی‌اند.	پرسشنامه	الدوحه و اسمالوود ^۲ (۲۰۱۲)
محدودیت‌های مالی، عدم آگاهی مسئولان محلی، ارتباطات و اهداف کوتاه‌مدت و عدم آموزش مهم‌ترین موانع در دستیابی به پایداری زنجیره تأمین گردشگری هستند. توجه به پایداری به عنوان عاملی جهت بهبود زنجیره تأمین در نظر گرفته می‌شود.	پرسشنامه	آهی و سرکی ^۳ (۲۰۱۳)
می‌توان از طریق ادغام مسائل زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی نه تنها از تخریب محیط‌زیست جلوگیری کرد بلکه می‌توان بهره‌وری را افزایش داد و سهم گسترده‌تری از بازار را به دست آورد.	مروری و تجزیه و تحلیل مقایسه‌ای	
توجه به موضوعات پایداری زنجیره تأمین بشدت در حال افزایش است.		
ویژگی‌های پایداری زنجیره تأمین گردشگری شامل هفت موضوع اقتصادی، زیست‌محیطی، اجتماعی، ذینفعان، سازمان‌های مردم‌نهاد، انعطاف‌پذیری زنجیره نسبت به محیط و هماهنگی زنجیره ارزش با محیط می‌شود		

1. Costa and Carvalho
 2. Al-Odeh and Smallwood
 3. Ahi and Searcy

خرید سبز، لجستیک معکوس و زنجیره تأمین برگشتی مسائل بسیار مهمی در بررسی زنجیره تأمین سبز و پایدار هستند.

زنجیره تأمین گردشگری نقش مهمی در اقدامات پیشگیرانه برای بلایای طبیعی دارد.

مدیریت زنجیره تأمین گردشگری باعث افزایش رضایت گردشگران می‌شود چراکه در طول زمان بحران و اقدامات پس از آن زنجیره تأمین نقش مهمی را ایفا می‌کند

هماهنگی بین گردشگری پزشکی و زنجیره تأمین باعث به اشتراک گذاری اطلاعات زنجیره تأمین می‌شود که می‌تواند اثر مستقیمی بر عملکرد مثبت در میان ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری داشته باشد و با به اشتراک گذاری اطلاعات می‌توان مزیت رقابتی بیشتری کسب نمود.

فانگ و

همکاران^۱

(۲۰۱۴)

پرسشنامه

لی و فرناندو^۲

(۲۰۱۵)

پرسشنامه

جدول شماره (۱) برخی از مطالعات بررسی شده توسط محققان در زمینه زنجیره تأمین گردشگری

بر اساس مطالعه دانشنامه گردشگری (جعفری^۳، ۲۰۰۲) و دیگر پژوهش‌های انجام شده در این زمینه، اجزای زنجیره تأمین گردشگری شامل ۸ عامل جاذبه‌ها، زیرساخت‌ها، حمل و نقل، اقامت، خدمات پذیرایی^۴، تفریح و سرگرمی، امکانات خرید و اطلاعات بازدیدکننده است که این پژوهش به دنبال بررسی میزان کارایی عوامل مؤثر بر زنجیره تأمین گردشگری روستایی مصر با استفاده از تحلیل پوششی داده‌ها است. به منظور انجام این پژوهش در ابتدا عوامل مؤثر بر گردشگری در روستای مصر شناسایی شده و سپس با استفاده از روش تحلیل پوششی داده‌ها به بررسی عوامل مؤثر بر زنجیره تأمین گردشگری روستایی مصر پرداخته می‌شود.

روش تحقیق

موضوع ارزیابی عملکرد واحدها همواره مورد توجه مدیران و محققان بوده است. یکی از مهم‌ترین شاخص‌های این ارزیابی کارایی است که برای مقایسه عملکرد واحدهای مختلفی که وظیفه یکسانی انجام می‌دهند، استفاده می‌شود. تحلیل و بررسی اینکه به کارگیری چه

1. Fung et al
2. Lee and Fernando
3. Jafari
4. Catering

سیاست‌هایی بیشترین کارایی را به همراه دارد یا اینکه چه نوع کارآمدی یا ناکارآمدی بیشتر متداول است و...، از اهمیت خاصی برخوردار است. تحلیل پوششی داده‌ها ابزاری مبتنی بر برنامه‌ریزی خطی و توانمند است که امروزه به صورت چشمگیری در اغلب کشورهای جهان برای ارزیابی عملکرد سیستم‌هایی با چند ورودی و چند خروجی به کار گرفته می‌شود. علت مقبولیت گسترده‌تر روش تحلیل پوششی داده‌ها نسبت به سایر روش‌ها، امکان بررسی روابط پیچیده و اغلب نامعلوم بین چندین ورودی و چندین خروجی است که در فعالیت‌های مختلف نظیر تعمیر و نگهداری، ارزیابی عملکرد سیستم‌ها و عملکرد زنجیره تأمین، ارزیابی کارایی مراکز خدماتی و تولیدی و... بکار برده می‌شود. این نوع کاربردها به ارزیابی عملکردهای شهرها، مناطق، روستاها و کشورها با انواع مختلف ورودی‌ها قابل گسترش است. این مدل ابتدا توسط فارل^۱ (۱۹۵۷) برای اندازه‌گیری کارایی بخش کشاورزی آمریکا در مقایسه با سایر کشورها استفاده شد که او در مدل خود یک ورودی و یک خروجی داشت. با این وجود، او در ارائه روشی که دربرگیرنده ورودی‌ها و خروجی‌های متعدد باشد، موفق نبود. چارنس^۲ و همکاران (۱۹۷۸)، دیدگاه فارل را توسعه دادند و با به کارگیری برنامه‌ریزی خطی مدلی ارائه کردند که توانایی تخمین مرز تولید و اندازه‌گیری کارایی را با چندین ورودی و خروجی داشت (روتست، ۲۰۱۶)^۳. این روش تحلیل پوششی داده‌ها نامیده شد.

در این پژوهش هدف ارزیابی زنجیره تأمین گردشگری روستایی مورد مطالعه روستای مصر با استفاده از تحلیل پوششی داده‌ها است. (مدل مفهومی تحقیق) که به منظور ارزیابی عوامل مؤثر بر زنجیره تأمین گردشگری روستایی از الگوریتم مبتنی بر تحلیل پوششی داده‌ها استفاده شده است. این پژوهش در روستای مصر، ایران، در سال ۱۳۹۴ با هدف ارزیابی زنجیره تأمین گردشگری و ارائه راهکارهایی جهت بهبود و ارتقای آن انجام شده است. به منظور جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای استاندارد بر مبنای عوامل در نظر گرفته شده طراحی شده است. مراحل انجام این الگوریتم به شرح زیر است:

گام اول. طراحی پرسشنامه‌ای استاندارد بر اساس معیارها و عوامل شناسایی شده در پژوهش

گام دوم. توزیع پرسشنامه و استخراج داده‌های مورد نیاز

گام سوم. بررسی روایی و پایایی داده‌های جمع‌آوری شده از طریق پرسشنامه با استفاده از

آلفای کرونباخ و تحلیل عاملی

گام چهارم. طراحی مدل مفهومی مسئله و شناسایی متغیرهای ورودی و خروجی مدل

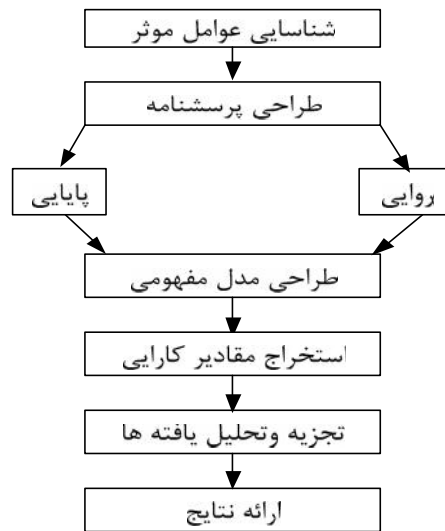
1. Farrell
2. Charnes
3. Rødseth

گام پنجم. محاسبه کارایی مدل طراحی شده با استفاده از تحلیل پوششی داده‌ها براساس متغیرهای ورودی و خروجی مدل
 مدل تحلیل پوششی داده‌های مورد استفاده در این پژوهش مدل BCC خروجی گرا است.
 مدل ریاضی این رویکرد در ادامه ارائه شده است:

$$\begin{aligned} \text{Max } Z &= \theta - \varepsilon (\sum_{r=1}^s S_r^+ + \sum_{i=1}^m S_i^-) \\ \text{St:} \\ \sum_{j=1}^n \lambda_j y_{rj} - S_r^+ &= \theta \cdot y_{r0} & (r=1,2,\dots,s) \\ \sum_{j=1}^n \lambda_j x_{ij} + S_i^- &= x_{i0} & (i=1,2,\dots,m) \\ \sum_{j=1}^n \lambda_j &= 1 \\ \theta, \lambda_j, S_i^-, S_r^+ &\geq 0 \end{aligned}$$

θ آزاد در علامت

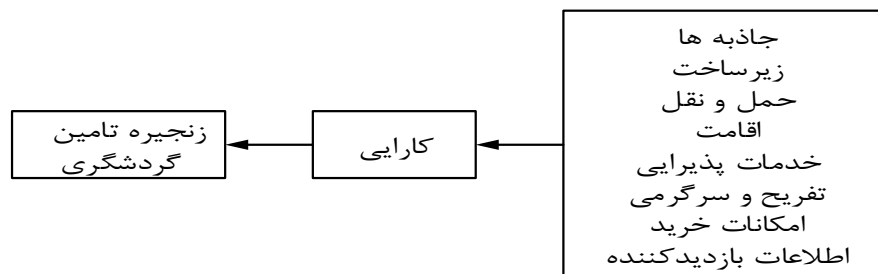
گام ششم. حذف هر یک از عوامل از مدل و محاسبه مجدد کارایی با استفاده از تحلیل پوششی داده‌ها و استخراج مقادیر کارایی.
 گام هفتم. تجزیه و تحلیل نتایج به دست آمده در مراحل پنجم و ششم با استفاده از روش‌های آماری مثل آزمون میانگین t
 گام هشتم. ارائه یافته‌ها (نمودار شماره ۱).



نمودار شماره (۱)، ساختار پژوهش

یافته‌ها

نمونه بررسی شده شامل ۷۰ گردشگر داخلی و خارجی است که از این روستا بازدید نموده‌اند. آمار توصیفی پژوهش نشان داد که ۵۵,۷٪ زن و ۴۴,۳٪ مرد بودند از میان ۸,۶٪ دارای دیپلم، ۳۷/۱٪ دارای مدرک لیسانس، ۳۵,۷٪ دارای مدرک فوق لیسانس و ۱۸,۶٪ دارای مدرک دکتری بودند. در این میان میزان تجربه پرسش‌شوندگان بررسی شد که نتایج نشان‌دهنده این موضوع بود که ۱۲,۹٪ کم تجربه در سفر بودند، همچنین ۱۴,۳٪ تا حدودی، ۴۷,۱٪ دارای تجربه زیاد و ۲۵,۷٪ بسیار باتجربه در سفر بوده‌اند، به‌منظور بررسی روایی و پایایی داده‌ها در پرسشنامه برای هر عامل ۳ سوال با مفاهیم مشابه در نظر گرفته شده است، پس از جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از روش تحلیل عاملی و محاسبه آلفای کرونباخ روایی و پایایی داده‌ها بررسی گردید. نتایج مربوط به روایی و پایایی داده‌ها در جدول ۲ ارائه شده است.



نمودار شماره (۲)، مدل مفهومی پژوهش، منبع: نگارندگان

که بدین منظور برای محاسبه روایی و پایایی از آزمون آلفای کرونباخ و تحلیل عاملی استفاده شده است که نتایج در جدول شماره (۲) برای هر یک از عوامل و سوالات آورده شده است.

عوامل	پایایی	روایی
جاذبه‌ها	آلفای کرونباخ	۰/۷۲۳
	۰/۷۶۳	۰/۶۸۹
		۰/۶۴۵
زیرساخت‌ها	آلفای کرونباخ	۰/۷۸۶
	۰/۷۳۶	۰/۸۸۱
		۰/۶۵۲
حمل و نقل	آلفای کرونباخ	۰/۹۴۳
	۰/۸۲۱	۰/۸۹۹
		۰/۹۷۸

۰/۹۰۹	۱	آلفای کرونباخ	اقامت
۰/۹۱۹	۲	۰/۸۶۲	
۰/۸۹۹	۳		
۰/۸۹۷	۱	آلفای کرونباخ	خدمات پذیرایی
۰/۸۶۷	۲	۰/۸۷۳	
۰/۹۱۵	۳		
۰/۷۹۲	۱	آلفای کرونباخ	تفریح و سرگرمی
۰/۷۹۵	۲	۰/۹۲۳	
۰/۷۸۶	۳		
۰/۸۱۷	۱	آلفای کرونباخ	امکانات خرید
۰/۸۷۲	۲	۰/۶۹۷	
۰/۸۵۴	۳		
۰/۸۹	۱	آلفای کرونباخ	اطلاعات بازدیدکننده
۰/۸۳۶	۲	۰/۸۵۶	
۰/۷۸۹	۳		

جدول ۲ نتایج روایی و پایایی پرسشنامه

در این مرحله ما ۸ عامل شناسایی شده را با هریک از سوالات سن، جنس، میزان تجربه سفر و سطح تحصیلی محاسبه کردیم به گونه ای که سوالات عمومی به عنوان ورودی مدل و هریک از عوامل شناسایی شده به عنوان خروجی مدل در نظر گرفته شدند و این کار برای هر ۸ عامل انجام گرفت که نتایج عوامل در جدول (۲) مشاهده می شود.

همه عوامل	بدون خروجی ۱	بدون خروجی ۲	بدون خروجی ۳	بدون خروجی ۴	بدون خروجی ۵	بدون خروجی ۶	بدون خروجی ۷	بدون خروجی ۸
۰/۸۱۴	۰/۸۱۴	۰/۶۲۳۸	۰/۷۲۹۱	۰/۸۱۴	۰/۸۱۴	۰/۸۱۴	۰/۸۱۴	۰/۸۱۴
۰/۶۲۳۳	۰/۶۲۳۸	۰/۵۶۶۶	۰/۶۲۳۸	۰/۶۲۳۸	۰/۶۲۳۸	۰/۶۲۳۸	۰/۶۲۳۸	۰/۶۲۱۰
۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۰/۸۶۳۲	۰/۸۶۳۲	۰/۷۰۵۸	۰/۶	۰/۸۶۳۲	۰/۸۶۳۲	۰/۸۶۳۲	۰/۸۶۳۲	۰/۸۶۶۶

۰,۷۹۳۶	۰,۷۳۵۴	۰,۷۳۵۲	۰,۳۰۲۵	۰,۷۳۹۱	۰,۴۴۷۸	۰,۶۲۵۴	۰,۷۸۱۶	۰,۴۶۷۴	۰,۴۱۶۶	۰,۴۹۹۸
۰,۸۱۳۱	۰,۹۸۰۲۶	۰,۸۵۷۸۹	۰,۳۰۲۵۹	۰,۷۳۸۶۷	۰,۳۶۶۶۹	۰,۴۰۴۱	۰,۷۵۲۷	۰,۴۶۷۴	۰,۵۷۱۴	۱
۰,۸۱۷۰۲	۰,۹۸۱۲۶	۰,۸۹۰۸	۰,۳۰۲۵	۰,۷۳۹۱	۰,۴۴۷۸	۰,۶۲۵۴	۰,۷۳۹۷	۰,۴۶۷۴	۰,۵۹۶۰۳	۱
۰,۸۱۳۷	۰,۲۴۳۲	۰,۸۹۰۸	۰,۳۰۲۵	۰,۷۳۹۱	۰,۴۴۷۸	۰,۶۲۵۴	۰,۷۸۱۶	۰,۴۶۷۴	۰,۵۳۴۰۹	۱
۰,۸۱۴۹	۰,۶۴۱۲	۰,۸۹۰۸	۰,۳۰۲۵	۰,۷۳۹۱	۰,۴۴۷۸	۰,۶۲۵۴	۰,۷۸۱۶	۰,۴۶۷۴	۰,۵۹۶۰	۰,۹۹۹۹۹
۰,۷۷۴۶	۰,۹۸۰۲۶	۰,۵۴۶۱	۰,۳۰۲۵۹	۰,۴۰۰۲۳	۰,۴۴۷۸	۰,۶۲۵۴	۰,۶۹۵۹	۰,۴۶۵۲	۰,۵۹۶۰۳	۰,۸۵۶۴
۰,۷۶۳۱	۰,۹۸۱۲۶	۰,۴۷۶۶	۰,۲۷۷۹	۰,۲۵۲۱	۰,۴۰۰۵۸	۰,۶۲۵۴	۰,۵۷۵۳	۰,۴۶۷۴	۰,۵۹۶۰۳	۱
۰,۸۰۲۵	۰,۹۸۰۲۶	۰,۸۹۰۸	۰,۳۰۲۵	۰,۷۳۹۱	۰,۴۴۷۸	۰,۶۲۵۴	۰,۷۸۱۶	۰,۴۷۸۵	۰,۵۹۶۰۳	۱
۰,۸۴۳۶	۰,۹۸۰۲	۰,۸۹۰۸	۰,۳۰۲۵	۰,۷۳۹۱	۰,۴۴۷۸	۰,۶۲۵۴	۰,۷۸۱۶	۰,۴۶۷۴	۰,۵۹۶۰	۱
میانگین	۷۰	۱۴	۱۲	۱۱	۱۰	۶	۷	۷	۶	۵

جدول (۳) محاسبه کارایی برای عوامل مؤثر

تحلیل حساسیت

در این مرحله با استفاده از کارایی های محاسبه شده برای حالات مختلف مسئله در دست، اقدام به تحلیل نتایج و ارزیابی تأثیر گذاری عوامل مورد بررسی می گردد. ابتدا با میانگین گیری از مقادیر کارایی محاسبه شده در جدول ۳، متوسط کارایی مربوط به هر حالت محاسبه می گردد. سپس با استفاده از آزمون میانگین t و محاسبه همبستگی میان متوسط کارایی های بدست آمده در هر حالت حذف یک ورودی نسبت به حالت کل، اقدام به تحلیل و بررسی می گردد. نتایج مربوط به آزمون تست میانگین و همبستگی در جدول (۴) ارائه شده است.

عامل/تست	P-Value	میانگین	همبستگی
همه عوامل	-	۰,۴۸۲۵	-
بدون جاذبه ها	۰,۰۰۱	۰,۴۲۲۱	۰,۸۴۷۲۶۳
بدون زیرساخت ها	۰,۰۰۲	۰,۴۱۲۵	۰,۹۷۵۴۴۵
بدون امکانات اقامتی	۰,۰۴۸	۰,۳۸۲۴	۰,۹۱۰۵۶۷
بدون حمل و نقل	۰,۰۰۰	۰,۳۳۲۵	۰,۹۷۲۳۹۷
بدون خدمات پذیرایی	۰,۰۰۰	۰,۵۴۹۹	۰,۸۶۳۶۳۶
بدون خدمات تفریحی و سرگرمی	۰,۰۰۰	۰,۶۲۳۲	۰,۸۹۲۸۸۶
بدون خدمات خرید	۰,۰۲۳	۰,۶۷۵۴	۰,۸۶۵۶۴۰
بدون اطلاعات بازدید کننده	۰,۰۰۱	۰,۳۷۴۵	۰,۹۲۹۵۹۶

جدول ۴. تحلیل عوامل و ارزیابی تأثیرگذاری عوامل مورد بررسی

همانگونه که در جدول ۴ نشان داده شده است، ابتدا باید توجه داشت که نتایج تست میانگین میان کارایی در حالتی که تمام ورودی ها در نظر گرفته شده اند با سایر حالت ها که عوامل تک تک حذف شده اند در سطح ۰,۰۵ رد شده است. که این موضوع نشان دهنده تأثیر گذاری تمامی عوامل در نظر گرفته شده بر رضایت گردشگران می باشد و در حالتی که تمام ورودی ها (عوامل مورد بررسی) در نظر گرفته شدند، میانگین کارایی ۰/۴۸۲۵ محاسبه شده است.

در بررسی عامل به عامل پس از حذف عامل جاذبه ها و محاسبه مجدد کارایی مدل، کارایی به مقدار ۰/۴۲۲۱ تغییر نموده است که کاهش کارایی را نشان می دهد، بنابراین این عامل جاذبه ها تأثیر گذار بوده و با توجه به کاهش میانگین کارایی بعد از حذف عامل، مشخص می شود که تأثیر این عامل بر عملکرد زنجیره تأمین مثبت بوده است.

از سوی دیگر پس از حذف عامل زیر ساخت، همانگونه که نشان داده شده، میزان متوسط کارایی مدل کاهش یافته است، بنابراین این عامل نیز تأثیر مثبتی بر عملکرد زنجیره تأمین

گردشگری روستای مصر دارد و به خوبی پیاده شده است و به این عامل نیازمند حفظ روند کنونی از سوی برنامه ریزان روستایی است.

همچنین آنچه‌ان که نتایج نشان داده، پس از حذف عامل اقامت میزان کارایی مدل در مقدار کمی کاهش داشته که نشان می‌دهد این عامل عملکرد نسبتاً مناسبی در روستای مصر دارد. در مورد حمل و نقل نیز نتایج مربوط به بررسی در مدل نشان داد که این عامل عملکرد مطلوبی در زنجیره تأمین داشته و در برنامه‌ریزی برای این روستا این عامل باید روند خود را حفظ کند و در صورت امکان زمینه‌هایی برای توسعه آن نیز در نظر گرفته شود.

از سویی عامل پذیرایی علی‌رغم تأثیر گذاری بر عملکرد زنجیره تأمین، به هیچ وجه نتوانسته همانند سایر عوامل عملکرد مطلوبی داشته باشد و در برنامه‌ریزی برای این روستا باید تحقیقات علی‌در مورد این عامل صورت بگیرد. در مورد عامل تفریح و سرگرمی همانند سایر عوامل که می‌توانند در کیس مورد نظر تأثیر گذار باشند، نتایج نشان داده که عملکرد این عامل نسبتاً ضعیف بوده و یکی از مهم‌ترین اولویت‌های برنامه‌ریزی گردشگری در روستای مصر باید این عامل باشد.

در مورد عامل امکانات خرید این عامل نتوانسته آن چنان که باید در زنجیره تأمین گردشگری عملکرد مثبتی داشته باشد و بدترین عملکرد در زنجیره تأمین گردشگری این روستا را این عامل داشته است و برای بهبود عملکرد آن نیاز به اتخاذ تمهیداتی است که باید اولویت اصلی در برنامه‌ریزی گردشگری در این روستا باشد.

و نهایتاً پس از حذف عامل اطلاعات بازدیدکننده، مشخص شد که میزان کارایی مدل کاهش قابل توجهی داشته و این بدان معناست که این عامل نیز همانند عامل زیرساخت‌ها بخوبی در کیس مورد نظر پیاده‌سازی شده است.

جدول ۵، نشان دهنده عواملی است که در کیس مورد بررسی به خوبی پیاده‌سازی شده‌اند و نهایتاً جدول شماره ۶ عوامل شناسایی شده‌ی تاثیرگذار بر عملکرد زنجیره تأمین گردشگری در روستای مصر را نشان می‌دهد که به خوبی پیاده‌سازی نشده‌اند.

عامل	رتبه	نتیجه تست میانگین
حمل و نقل	۱	$\mu_i > \mu_{full}$
اطلاعات بازدیدکننده	۲	$\mu_i > \mu_{full}$
اقامت	۳	$\mu_i > \mu_{full}$
زیرساخت‌ها	۴	$\mu_i > \mu_{full}$
جاذبه‌ها	۵	$\mu_i > \mu_{full}$

جدول (۵). عوامل شناسایی شده ی تاثیر گذار بر عملکرد زنجیره تأمین گردشگری روستای مصر که به خوبی پیاده سازی شده اند.

عامل	رتبه	نتیجه تست میانگین
خدمات پذیرایی	۶	$\mu_i < \mu_{full}$
تفریح و سرگرمی	۷	$\mu_i < \mu_{full}$
امکانات خرید	۸	$\mu_i < \mu_{full}$

جدول (۶). عوامل شناسایی شده ی تاثیر گذار بر عملکرد زنجیره تأمین گردشگری روستای مصر که به خوبی پیاده سازی نشده اند.

نتیجه گیری

یکی از عوامل مؤثر در برنامه ریزی توسعه و مدیریت مقصد، اندازه گیری کارایی زنجیره تأمین گردشگری است که موجب افزایش مزیت رقابتی یک مقصد نسبت به سایر مقاصد می شود. در صنعت گردشگری وجود یک برنامه ریزی صحیح و مدیریت توانا و منسجم و هماهنگی بخش دولتی و بخش خصوصی بسیار حائز اهمیت است. با توجه به آنکه صنعت گردشگری نیازمند استفاده از داده ها و اطلاعات گوناگون از بخش های مختلف می باشد، باید از گسترش روزافزون فناوری اطلاعات در جهت توسعه استفاده نماید و چون گردشگری یک فعالیت چند بخشی است، لازم به ذکر است که حداکثر هماهنگی باید بین این سازمان یا وزارتخانه گردشگری با سایر سازمان های دولتی و خصوصی وجود داشته باشد. هدف از انجام این پژوهش ارزیابی زنجیره تأمین گردشگری در روستای مصر با استفاده از تحلیل پوششی داده ها بود.

این پژوهش در روستای مصر، ایران انجام پذیرفت که در ابتدا به منظور جمع آوری داده ها، پرسشنامه ای استاندارد بر مبنای عوامل در نظر گرفته شده طراحی شد. نمونه مورد بررسی شامل ۷۰ گردشگر داخلی و خارجی که از این روستا بازدید نموده اند بود. به منظور بررسی روایی و پایایی داده ها در پرسشنامه برای هر عامل ۳ سوال با مفاهیم مشابه در نظر گرفته شد، پس از جمع آوری داده ها با استفاده از روش تحلیل عاملی و محاسبه آلفای کرونباخ روایی و پایایی داده ها بررسی گردید. که نتایج حاصله، حاکی از تأثیر گذاری همه عوامل مورد بررسی بر زنجیره تأمین گردشگری در روستای مصر بود. اما وضعیت عوامل در کیس مورد بررسی نشان داد که در روستای مصر ۵ عامل حمل و نقل، اطلاعات بازدید کننده، اقامت، زیرساخت ها و جاذبه ها دارای عملکرد مناسب و ۳ عامل خدمات پذیرایی، تفریح و سرگرمی و امکانات خرید عملکرد نامناسبی در زنجیره تأمین گردشگری روستای مصر دارند. این نتایج با یافته های ابراهیم زاده و

همکاران (۱۳۹۲) و نجارزاده و همکاران (۱۳۹۴) همسو می باشد.

در نتیجه بررسی شرایط حاکم بر گردشگری روستای مصر نشان می دهد به منظور حفظ مزیت رقابتی منطقه عواملی که دارای عملکرد مثبت هستند باید همچنان تقویت شوند تا بتواند عملکرد مناسب خود را در گردشگری این منطقه حفظ کنند اما بررسی ها نشان داد که عامل خدمات پذیرایی دارای عملکرد مناسبی نیست که به نظر می رسد نیازمند بازنگری در شرایط پذیرایی منطقه باشد تا بتوان میزان رضایت گردشگران را نسبت به این عامل افزایش داد. همچنین امکانات تفریحی و سرگرمی در این روستا بخوبی پیاده نشده اند که در این زمینه با اتخاذ راهبردهای مناسب در امر برنامه ریزی گردشگری در بخش دولتی و همچنین تهیه تسهیلات تفریحی در منطقه توسط بخش خصوصی و جذب سرمایه گذاری خارجی باید میزان رضایت گردشگران را در منطقه افزایش داد.

همچنین با انجام برنامه ریزی هایی به منظور ایجاد بازارچه های فروش صنایع دستی، علاوه بر جلب رضایت و بالا بردن کیفیت تجربه سفر گردشگران، می توان به توانمندسازی اقتصادی ساکنین این روستا کمک شایان توجهی کرد. همچنین این امر سبب حفظ و احیاء صنایع دستی مناطق روستای و حفاظت از میراث معنوی روستاییان می گردد

در این زمینه با توجه به نتایج راهکارهای زیر به منظور ارتقای عملکرد زنجیره تأمین گردشگری در روستای مصر ارائه می شود:

- برنامه ریزی به منظور افزایش کیفیت ارائه خدمات پذیرایی، از قبیل برنامه ریزی برای افزایش کیفیت غذاها و نوشیدنی در این روستا با تاکید بر غذاهای سنتی منطقه که علاوه بر افزایش رضایت گردشگران سبب حفظ آداب و رسوم اهالی روستا شود.
- استفاده از تولیدات بومی منطقه برای تهیه غذا و نوشیدنی و در نتیجه افزایش آثار مثبت اقتصادی برای ساکنین روستا.
- برنامه ریزی برای پیاده سازی فعالیت های تفریحی بر مبنای اصول توسعه پایدار و حفاظت از محیط زیست
- برگزاری رویدادهای سنتی که علاوه بر فراهم آوردن تفریح و سرگرمی برای گردشگران، منجر به حفظ آداب و رسوم و ارزش های فرهنگی روستاییان گردد
- اتخاذ راهبردهای مناسب و انجام مطالعات برنامه ریزی در جهت افزایش سرمایه گذاری در حوزه تفریح و سرگرمی.
- ایجاد بازارچه های دائم و موقت، فروشگاه های صنایع دستی و سوغات به منظور پاسخگویی به نیازهای گردشگران.

منابع

- ابراهیم‌زاده، عیسی، یاری، منیر و یاری، یاسمن (۱۳۹۲)، شناسایی و اولویت‌بندی الزامات رضایت‌مندی گردشگری شهری با استفاده از مدل کانو، *آمایش جغرافیایی فضا*، دوره ۳، شماره ۹، صص: ۱۲۷-۱۵۰.
- صدر موسوی، میرستار، دخیلی کهنمویی، جواد (۱۳۸۶)، «ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان-شرقی از دید گردشگران»، *مجله پژوهش‌های جغرافیایی*، شماره ۶۱، صص ۱۴۳-۱۲۹.
- فرزین، محمدرضا، افسر، امیر، اکبرپور، تقی و اکبرپور، علی (۱۳۹۲)، مدل‌سازی پیش‌بینی گردشگری ورودی به ایران با استفاده از روش‌های ARIMA و شبکه‌های عصبی فازی، *مطالعات مدیریت گردشگری*، شماره ۲۴، صص: ۱-۳۳.
- قدیری معصوم، مجتبی، استعلاجی، علیرضا و پازکی، معصومه (۱۳۸۹)، گردشگری پایدار (روستایی و عشایری)، مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول، تهران.
- قدیری معصوم، مجتبی، استعلاجی، علیرضا و پازکی، معصومه (۱۳۸۷)، نقش گردشگری پایدار روستایی در توسعه پایدار روستاها، *جغرافیای سرزمین*، شماره ۱۸، صص: ۱۳-۲۲.
- رمضانیان، محمدرحیم و حیدرنیای کهن، پدram (۱۳۸۹)، عوامل مؤثر بر مدیریت زنجیره تأمین سبز در صنعت گردشگری مورد مطالعه: آژانس‌های مسافرتی شهر تهران، *مطالعات مدیریت گردشگری*، شماره ۱۴، صص: ۱۲۵-۱۵۱.
- رنجریان، بهرام، محمودی، سمیه و فتحی، سعید (۱۳۹۴)، توسعه مدل تصویر ذهنی گردشگران بالقوه از مقصد گردشگری ایران، *مطالعات مدیریت گردشگری*، سال دهم، شماره ۲۹، صص: ۲۱-۴۴.
- نجم‌زاده، محمد، امین بیدختی، علی اکبر و مرادنژاد، جمال (۱۳۹۴)، ارزیابی عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی کلی گردشگران خرید در شهرمرزی شهر بانه، *تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، سال پانزدهم، شماره ۳۶، صص: ۹۷-۱۱۵.
- Ahi, P., & Searcy, C. (2013). A comparative literature analysis of definitions for green and sustainable supply chain management. *Journal of Cleaner Production*, 52, 329-341.
- Al-Odeh, M., & Smallwood, J. (2012). Sustainable supply chain management: Literature review, trends, and framework. *International Journal of Computational Engineering & Management*, 15(1), 341-347.
- Arndt, H. (2004). *Supply Chain Management*: Springer.
- Banki, M. B., Ismail, H. N. B., Danladi, M. H., & Dalil, M. (2016). Measuring Hotels Service Quality in Nigeria: A Case Study of Minna Township. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 17(1), 71-88. doi:

10.1080/1528008X.2016.1099997

Berné, C., García-González, M., García-Uceda, M. E., & Múgica, J. M. (2015). The effect of ICT on relationship enhancement and performance in tourism channels. *Tourism Management*, 48, 188-198.

Charnes A., Cooper W.W., Rhodes E.(1978), "A Data Envelopment Analysis Approach to Evaluation of the Program Follow Through Experiments in U.S. Public School Education", *Management Science Research Report* No. 432.

Cooper, M. C., Lambert, D. M., & Pagh, J. D. (1997). Supply chain management: more than a new name for logistics. *The international journal of logistics management*, 8(1), 1-14.

Crosby, P. B. (1980). Quality is free: *The art of making quality certain*: Signet.

Da Costa, M. T. G., & Carvalho, L. M. C. (2011). The sustainability of tourism supply chain: a case study research. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6(2), 393-404.

Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., & Scott, N. (2009). Destination and enterprise management for a tourism future. *Tourism management*, 30(1), 63-74.

Fantazy, K. A., Kumar, V., & Kumar, U. (2010). Supply management practices and performance in the Canadian hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 685-693.

Farrell M. J.(1957), "The Measurement of Productive Efficiency", *Journal of the Royal Statistical Society. Series A (General)*, Vol. 120, No. 3 , pp.253-290.

Gjerald, O., & Lyngstad, H. (2015). Service risk perceptions and risk management strategies in business-to-business tourism partnerships. *Tourism Management Perspectives*, 13, 7-17.

Halldorsson, A., Kotzab, H., & Skøtt-Larsen, T. (2003). Interorganizational theories behind supply chain management-*discussion and applications*.pp:31-43.

Hervani, A. A., Helms, M. M., & Sarkis, J. (2005). Performance measurement for green supply chain management. *Benchmarking: An International Journal*, 12(4), 330-353.

Jafari, J. (Ed.). (2002). *Encyclopedia of tourism*. Routledge.

Johnston, R., & Clark, G. (2005). *Service operations management: improving service delivery*. Pearson Education.

Jüttner, U. (2005). Supply chain risk management: Understanding the business requirements from a practitioner perspective. *The International Journal of Logistics Management*, 16(1), 120-141.

Ketchen, D. J., & Giunipero, L. C. (2004). The intersection of strategic management and supply chain management. *Industrial Marketing Management*, 33(1), 51-56.

Lambert, D. M., Cooper, M. C., & Pagh, J. D. (1998). Supply chain management: implementation issues and research opportunities. *The international journal of logistics Management*, 9(2), 1-20.

Lee, H. K., & Fernando, Y. (2015). The antecedents and outcomes of the medical tourism supply chain. *Tourism Management*, 46, 148-157.

Li-Ping Tang, T., Kim, J. K., & O'Donald, D. A. (2000). Perceptions of Japanese organizational culture-Employees in non-unionized Japanese-owned and unionized US-owned automobile plants. *Journal of Managerial Psychology*, 15(6), 535-559.

Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism, economic, physical and social impacts*. Longman.20

Mitchell, J. (2012). Value chain approaches to assessing the impact of tourism on low-income households in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 457-475.

Molina-Azorín, J. F., Tarí, J. J., Pereira-Moliner, J., López-Gamero, M. D., & Pertusa-Ortega, E. M. (2015). The effects of quality and environmental management on competitive advantage: A mixed methods study in the hotel industry. *Tourism Management*, 50, 41-54.

Page, S. (2012). *Tourism management*: Routledge.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. doi: 10.2307/1251430

Rødseth, K. L. (2016). Environmental efficiency measurement and the materials balance condition reconsidered. *European Journal of Operational Research*, 250(1), 342-346.

Sigala, M. (2008). A supply chain management approach for investigating the role of tour operators on sustainable tourism: the case of TUI. *Journal of Cleaner Production*, 16(15), 1589-1599.

Tapper, R., & Font, X. (2004). *Tourism supply chains*. Report of a desk research project for The Travel Foundation. Leeds Metropolitan University and Environment Business & Development Group, Leeds, UK.

Thrane, C. (2015). Examining tourists' long-distance transportation mode choices using a Multinomial Logit regression model. *Tourism Management Perspectives*, 15, 115-121.

Igu, G., & Clre u, B. (2013). Supply Chain Management Performance in Tourism. Continental Hotels Chain Case. *The AMFITEATRU ECONOMIC journal*, 15(33), 103-115.

Tokarchuk, O., Maurer, O., & Bosnjak, M.(2015). Tourism Experience at Destination and Quality of Life Enhancement: a Case for Comprehensive Congruity Model. *Applied Research in Quality of Life*, 1-15.

UNWTO. (2014, 2 24). Retrieved from UNWTO: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition>.

WTTTC. (2014). Economic Impact Analysis. Retrieved from World Travel & Tourism Council: <http://www.wttc.org/>.

Zailani, S., Iranmanesh, M., Yusof, N. A., & Ansari, R. (2015). Effects of service supply chain practices on the profitability of tourism firms. *Anatolia*, 26(4), 612-623.

Zhang, X., Song, H., & Huang, G. Q. (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism management*, 30(3), 345-358.